



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (PPGCOM)
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE
LINHA DE PESQUISA
“PRODUTOS, PROCESSOS E DISCURSOS MIDIÁTICOS”

FÁBIO VIVAS DE SOUZA BARRETO

**DÓ-RÉ-MI-FÉ: O CONSUMO DE MÚSICA
ENTRE OS JOVENS DA IGREJA SARA NOSSA TERRA
EM ARACAJU, SERGIPE**

SÃO CRISTÓVÃO-SE
2018



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (PPGCOM)

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE

LINHA DE PESQUISA
“PRODUTOS, PROCESSOS E DISCURSOS MIDIÁTICOS”

FÁBIO VIVAS DE SOUZA BARRETO

**DÓ-RÉ-MI-FÉ: O CONSUMO DE MÚSICA
ENTRE OS JOVENS DA IGREJA SARA NOSSA TERRA
EM ARACAJU, SERGIPE.**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de
Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da
Universidade Federal de Sergipe (UFS).
Orientador: Prof. Dr. Matheus Pereira Mattos
Felizola

SÃO CRISTÓVÃO-SE
2018

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

B273d Barreto, Fábio Vivas de Souza
DO-RÉ-MI-FÉ: o consumo de música entre os jovens da Igreja
Sara Nossa Terra em Aracaju, Sergipe / Fábio Vivas de Souza
Barreto; orientador Matheus Pereira Mattos Felizola- São
Cristóvão, 2018.
80 f.: il.

Dissertação (mestrado em Comunicação) - Universidade
Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2018.

1.
Comunicação - Aracaju (SE) - Religião. 2. Bens de consumo. 3.
Evangelicalismo. 4. Religião. 5. Música. 6. Música e juventude. I.
Felizola, Matheus Pereira Mattos, orient. II. Título.

CDU: 659.3(813.7):2



Universidade Federal de Sergipe
Pró-Reitoria de Pós-Graduação
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

**ATA DE SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO UFS**

Título do trabalho: “DÓ-RÉ-MI-FÉ: O CONSUMO DE MÚSICA ENTRE OS JOVENS DA IGREJA SARA NOSSA TERRA EM ARACAJU, SERGIPE.”

Aluno: FÁBIO VIVAS DE SOUZA BARRETO

Data da defesa: 21/06/2018

Às 16h00 (dezesseis horas) do dia 21 do mês de junho de 2018, o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe realizou a Defesa da Dissertação do discente FÁBIO VIVAS DE SOUZA BARRETO denominada “DÓ-RÉ-MI-FÉ: O CONSUMO DE MÚSICA ENTRE OS JOVENS DA IGREJA SARA NOSSA TERRA EM ARACAJU, SERGIPE”, conforme o que estabelece a Resolução 60/2014/CONEPE/UFS, que regula o funcionamento do PPGCOM/UFS. A banca examinadora foi composta pelos professores doutores MATHEUS PEREIRA MATTOS FELIZOLA (PPGCOM-UFS) orientador, LILIAN CRISTINA MONTEIRO FRANCA - avaliadora Interna (PPGCOM-UFS) e KARLA REGINA MACENA PEREIRA PATRIOTA - avaliadora Externa (UFPE). A sessão solene de Defesa ocorreu na Sala de leitura do PPGCOM. Após o discente proceder à apresentação da dissertação, a banca fez os questionamentos e comentários referentes ao trabalho, os quais foram respondidos pelo discente. Ao final, a banca reuniu-se reservadamente e considerou o discente FÁBIO VIVAS DE SOUZA BARRETO APROVADO no Curso de Mestrado em Comunicação da UFS com o conceito A.

Cidade Universitária “Prof. José Aloísio de Campos”, 21 de junho de 2018

Prof. Dr. MATHEUS PEREIRA MATTOS FELIZOLA - orientador (PPGCOM-UFS)

Profª Dra LILIAN CRISTINA MONTEIRO FRANCA - avaliadora Interna (PPGCOM-UFS)

Profª Dra KARLA REGINA MACENA PEREIRA PATRIOTA - avaliadora Externa (UFPE)

Dedico esta pesquisa àqueles que chamaram a minha atenção pelo comportamento leve, sincero e inclusivo, mudando a minha visão de um universo que me parecia tão sisudo: Galileu Nogueira, Robson Bento e André Calcides Jr.

AGRADECIMENTOS

A Matheus Felizola, pela compreensão, atenção e dedicação à minha pesquisa, mesmo não estando em sua área de interesse. Obrigado é pouco por tanta paciência.

A Lílian França, grande alento do universo acadêmico. “Se todos fossem iguais a você...”.

A meu marido Tauan e a meu filho Cadu, por fazerem sempre de hoje o dia mais feliz do resto de nossas vidas.

A Danillo Ninck e André Calcides Jr., pelo amparo de sempre.

A Amanda Silveira, Janaína Conceição e Laísa Sobral, por lerem e relerem várias vezes apenas pra satisfazer a minha vontade.

“Assim são vocês: por fora parecem justos ao povo, mas por dentro estão cheios de hipocrisia e maldade.”

Mateus 23:28

RESUMO

O avanço das correntes religiosas neopentecostais no Brasil, abrangendo cerca de 25,5% da população, segundo o último censo do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010), fez emergir uma nova classe consumidora, cujas crenças podem acabar interferindo nas suas decisões por consumir ou não determinado produto. No universo da fé, os evangélicos neopentecostais destacam-se não apenas pelo fervor com que professam seus credos, mas também pela retidão com que conduzem suas posturas diante das mais variadas situações, sempre pautados pelos ditos ensinamentos da palavra de Deus. Neste íterim, entende-se a música como elemento de alteridade e pertencimento do público jovem, assim como instrumento de evangelização. Desse modo, pretendeu-se apreender como e quais são as escolhas musicais dos jovens seguidores da Igreja Sara Nossa Terra entre o universo gospel e não-gospel, compreendendo se há ou não a interferência dos seus preceitos religiosos nestas escolhas. Como modelo de análise, foi utilizado o *Encoding and Decoding* de Stuart Hall (1973), no que concerne às vertentes de representação, identidade e consumo. Foram usados ainda, para análise, os preceitos de Max Weber (2014) e Pierre Bordieu (2015), sob o viés de análise de recepção de Néstor Canclíni (1990) e Jesús Martín-Barbero (2003), além de Immacolata Lopes (1993), Nilda Jacks, e Elisa Piedras (2008). Este estudo propõe a construção de uma rede semântica que se proponha a compreender a interferência da religião nas escolhas musicais dos indivíduos. Como procedimento metodológico, utilizou-se a realização de entrevistas e a amostragem por meio da saturação teórica, alcançando um estrato de repetição de respostas que, estatisticamente, induz a uma visão geral do universo pesquisado. Esta pesquisa concluiu, corroborando uma de suas hipóteses, que a atmosfera religiosa neopentecostal acaba por influenciar sim os indivíduos, mesmo que estes mantenham uma posição firme de negativa desta prerrogativa.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo evangélico; neopentecostais; religião; música.

Lista de Figuras

Figura 1 – <i>Print</i> do Sítio eletrônico da <i>Igreja Sara a Nossa Terra</i>	13
Figura 2 – <i>Print</i> da página da <i>Sara Music</i> no YouTube	14
Figura 3 – <i>Print</i> da página da <i>Arena Jovem</i>	15
Figura 4 – <i>Post</i> na conta de Twitter da Sara.	21
Figura 5 – Página do iTunes do álbum “Sara Nossa Terra, por favor (ao vivo)”	22
Figura 6 – Banda Verbalize	46
Figura 7 – Fernandinho	54
Figura 8 - Peterson do Carmo	54
Figura 9 – <i>Post</i> da Banda Verbalize em sua página do Facebook	55
Figura 10 - <i>Playlist</i> Arena Jovem	59

Lista de Tabelas

Tabela 1: Artistas/Bandas mais citados	58
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 ABORDAGENS DIVERSAS SOBRE O UNIVERSO DA FÉ	19
3 SER JOVEM NO SÉCULO XXI	25
3.1 Jovem Sim, Mas Sob Qual Ponto de Vista?	26
3.2 Juventude e a Religião como Amálgama Social.....	32
3.3 A Música como Elemento de Pertencimento e Alteridade	35
3.4 A Música como Elemento de Evangelização.....	37
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	40
5 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	46
5.1 – A questão identitária	47
5.2 – Representação	53
5.3 – Consumo	56
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
APÊNDICE	

1 INTRODUÇÃO

O Protestantismo Histórico é o movimento iniciado na Europa no século XVI, cujo marco célebre são as 95 teses do teólogo cristão Martinho Lutero criticando uma série de práticas e doutrinas da Igreja Católica. Ao romper com o Vaticano, Lutero desencadeia a Reforma Protestante, que culmina com a fundação de correntes cristãs dissidentes, como a própria Igreja Luterana, a Calvinista e a Metodista. A maioria das igrejas protestantes rejeita o culto a Maria e aos santos e o celibato clerical, além de admitir práticas como o divórcio e os métodos anticoncepcionais. Mariano (1999) afirma ainda que nos países anglo-saxões, onde a Reforma Protestante eclodiu no século XVI, o termo evangélico é usado para definir quase todas as doutrinas cristãs protestantes. Na Alemanha, berço do luteranismo, seu uso chega a ser mais específico: é comum que se refiram aos membros da Igreja Luterana como evangélicos, excluindo-se o resto dos protestantes. Já no Brasil, quando se fala de evangélicos, trata-se de uma forma genérica de se referir às correntes protestantes pentecostais e neopentecostais, surgidas somente no século XX. De forma simplificada, pode-se dizer que todo evangélico é protestante, mas nem todo protestante se considera evangélico.

Ainda de acordo com Mariano (1999), o Protestantismo Pentecostal foi uma corrente que surgiu nos Estados Unidos da América nos primeiros anos do século XX, entre fiéis metodistas insatisfeitos com a falta de fervor em suas igrejas. Devido aos cultos vibrantes, marcados por expressões de êxtase e fortes emoções, não demorou a se difundir pelos EUA e, posteriormente, por países mais pobres, migrando especialmente para a América Latina. Em linhas gerais, os pentecostais acreditam em aspectos milagrosos da fé, como o poder de cura através do Espírito Santo e enfatizam a pregação do Evangelho aos não convertidos.

Já o Protestantismo Neopentecostal foi um fenômeno surgido a partir dos anos 1970, que se difere do pentecostalismo tradicional especialmente por estimular o fiel a buscar a prosperidade como sinônimo da graça alcançada. Seus rituais espetaculosos, que não dispensam curas milagrosas e exorcismos, não escondem o fato de que grande parte das igrejas neopentecostais não são muito rígidas no que diz respeito aos hábitos e costumes de seus fiéis. Algumas delas mantêm forte presença na mídia eletrônica, controlando a programação, quando não as finanças, de centenas de emissoras de rádio e televisão Brasil afora, conforme ressaltam Blendsoe (2012) e, ainda, Mariano (1999).

A justificativa inicial de seu surgimento foi uma suposta necessidade de reação da ortodoxia cristã contra as contestações que certas doutrinas bíblicas começaram a sofrer a partir da utilização de um método histórico crítico de interpretação do texto

sagrado. Na esteira das novas formas de leitura do texto sagrado, ganha força, a partir do século XIX, o liberalismo teológico que, rejeitando o literalismo e dialogando com as novas teorias das ciências naturais, abandona uma visão mitológica e dogmática do cristianismo e passa a buscar nos valores cristãos o que pode ser relevante para a humanidade

Há, no meio neopentecostal, a disseminação da chamada Teologia da Prosperidade, onde os fiéis não se culpam por acumular bens materiais, visto que isto denota benção divina. Assim, quanto mais se ganha ou quanto maior o poder aquisitivo, maior seria a benção. Sobre isto, Silveira (2007, p. 18) discorre:

Menos conhecida como Confissão Positiva ou Teologia de Beldade (personagem bíblico que dialoga com Jó no livro da Bíblia que leva o nome deste), teve sua origem na década de 1940, nos Estados Unidos, sendo reconhecida como doutrina na década de 1970, quando se difundiu no meio evangélico. Sempre possuiu um forte cunho de autoajuda e valorização do indivíduo, agregando crenças sobre cura, prosperidade e poder da fé por meio da confissão da "Palavra" em voz alta e "No Nome de Jesus", para recebimento das bênçãos almejadas.

Sob outro ponto de vista, Gonçalves (2013, p. 87) oferece-nos a perspectiva de que a Teologia da Prosperidade traz um discurso positivista encorpado em uma linguagem motivacional, onde é possível alcançar tudo. Aqui é adensada ainda a questão dos dízimos e ofertas de amor para seduzir Deus a conceder bênçãos.

Ao lidar com as nuances do Capitalismo *versus* a postura protestante, aqui podendo ser entendida como evangélica, Weber (2014) já afirmava, no início do Séc. XX, algo que podemos considerar como princípio básico da hoje propalada Teoria da Prosperidade, onde deve ser levada de forma cara que:

[...]a influência de certas ideias religiosas no desenvolvimento de um espírito econômico, ou o *ethos* de um sistema econômico. Nesse caso estamos lidando com a conexão do espírito da moderna vida econômica com a ética racional da ascese protestante (WEBER 2014, p. 13).

Senão vejamos o que reputa Silva Jr. (2012, p.12) sobre esta mesma perspectiva:

Com isso, consideramos que A ética protestante e o espírito do capitalismo é uma constatação de Weber sobre a questão de que alguns elementos de conduta religiosa, decorrentes da Reforma Protestante, são formadores do que seja o *ethos* do capitalismo. A conduta de um espírito pautado na concepção de que Deus vocaciona seus escolhidos dando-lhes aptidões específicas para que, religiosamente, aceitem seu dom e trabalhem como agrado a Deus e, dessa maneira, prosperem, pois a riqueza, quando revestida desse caráter espiritual, simboliza a proximidade e a benção de Deus, bem como a comprovação da salvação eterna.

Mariano (1996, p. 29) brinda-nos ainda com a grata reflexão de que os seguidores da Teologia da Prosperidade defendem que possuirão tudo o que determinarem verbalmente, com

fé e em nome de Jesus. Saúde perfeita, prosperidade material e felicidade, direitos do cristão anunciados na Bíblia, naturalmente figuram entre as bênçãos mais declaradas. O autor (1996, p. 31) é categórico ao afirmar que a Teologia da Prosperidade instaurou-se no Brasil a partir da década de 1970 em diversas igrejas e ministérios como Igreja Universal do Reino de Deus, Igreja Internacional da Graça de Deus, Renascer em Cristo, Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra, Nova Vida, Bíblica da Paz, Cristo Salva, Cristo Vive, Ministério Palavra da Fé, Missão Shekinah, dentre outras.

No meio neopentecostal, uma das vertentes que vem ganhando cada vez mais relevância é a Igreja Sara Nossa Terra, doravante Sara (Figura 1), surgida em Brasília, capital brasileira, oficialmente no ano de 1992 - apesar de haver registros de seu início datando de 1976, quando o seu fundador, Robson Rodovalho, entabulou o que seria o embrião de sua nova igreja. Em 2016, a Sara registrou em seus quadros cerca de 2 milhões de fiéis, em mais de mil templos espalhados pelo Brasil e ainda Argentina, Paraguai, Uruguai, Peru, Portugal, Finlândia, Inglaterra, França, Espanha, Itália, EUA e em Guiné-Bissau, conforme afirma seu próprio sítio eletrônico (acesso em 19/06/2016).

Figura 1 – *Print* do sítio eletrônico da Igreja Sara a Nossa Terra

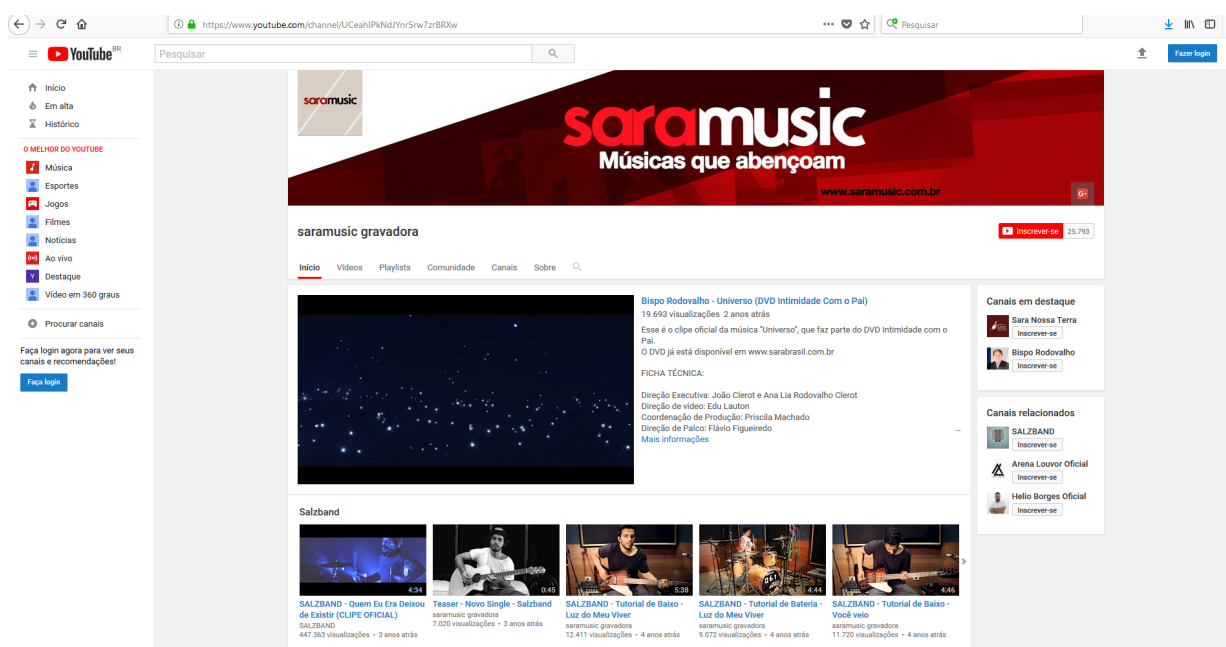


Fonte: <http://saranossaterra.com.br/>.

A Sara possui um sistema de crescimento por células estratégicas, onde o indivíduo é preparado para doutrinar no ambiente de sua casa, cooptando vizinhos e amigos. Acima deste, estão os diáconos, seguidos dos pastores, bispos e, no topo da hierarquia, os apóstolos, que são

os fundadores - neste caso, Rodovalho e sua esposa, Maria Lúcia. Observa-se, portanto, uma hierarquia muito bem definida através de sua estrutura organizacional. Estrutura que conta ainda com uma muito bem montada rede de comunicação: Rede Sara Brasil FM, Rede Gênesis de TV, Sara Brasil Edições e Produções (responsável pelas publicações de livros e organizações dos eventos) e o selo gospel Sara *Music* (Figura 2), também de acordo com o sítio eletrônico da igreja.

Figura 2 – *Print* da página da Sara Music no YouTube



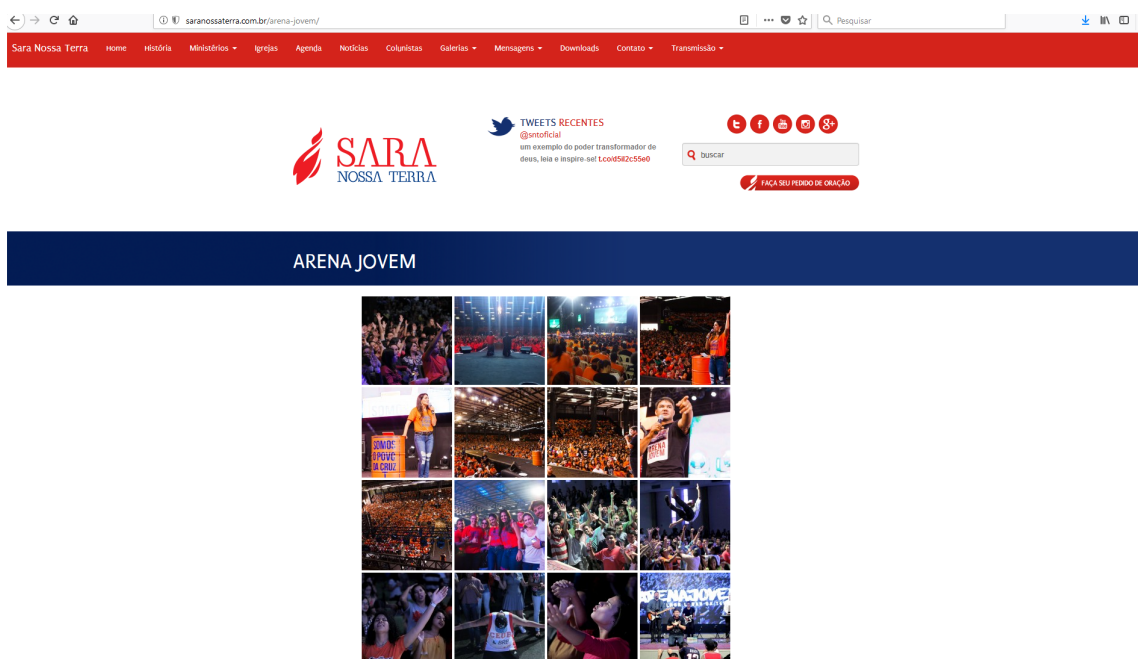
Fonte: <https://www.youtube.com/channel/UCeahIPkNdJYnr5rw7zrBRXw>.

Aqui cabe ilustrar que Rodovalho é hoje um próspero empresário do meio neopentecostal, notadamente por todas as variantes de negócio propiciadas pela Sara. Robson Rodovalho, de acordo com seu próprio sítio eletrônico, é graduado em Física pela UFGO- Universidade Federal de Goiás, além de ter cursado em seguida Teologia e Filosofia, em entidades não reconhecidas pelos meios legais brasileiros que regem a educação. Fundou a Sara em união com sua esposa, Maria Lúcia, e tem hoje vários livros publicados, sempre versando sobre variantes da Teologia da Prosperidade e sobre a evolução da sua corrente religiosa.

Dentre os ministérios da Sara— como são chamadas suas subdivisões — talvez o de mais destaque seja o Arena Jovem (Figura 3), ministério fundado em 2003 pela esposa de Rodovalho, que a própria igreja propala como o maior movimento direcionado para este segmento no meio

evangélico. Informação procedente ou não, é sabido ser a Arena Jovem bastante atrativa por conta das atividades desenvolvidas e pelo método implementado. Uma vez ao ano, inclusive, o evento denominado Conferência Arena Jovem, é realizado em alguma cidade brasileira reúne, em média, 5 mil participantes, segundo o sítio eletrônico da igreja.

Figura 3 – *Print* da página da Arena Jovem



Fonte: <http://saranossaterra.com.br/arena-jovem/>

Entendendo a religião como um dos mais fortes grupos de influência que cercam o ser humano, é preciso observar até que ponto dogmas, liturgias e preceitos do universo religioso, induzem o comportamento do indivíduo. Ademais, segundo o último levantamento do IBGE (2010), o Brasil tem cerca de 25,5% da sua população declaradamente evangélica, ainda que dividida em pentecostal e neopentecostal. Um aumento fabuloso de cerca de 61% em apenas 10 anos, segundo o instituto.

É precípua compreender que o hedonismo consumista permeia também as crenças religiosas e, assim, seus representantes acabam por buscar aliviar as angústias do cotidiano através de produtos e serviços que os fazem parte integrante do todo que representam. Consumir, mesmo para o evangélico, é ser cidadão, afirmou Cunha (2004) em seu estudo sobre o crescimento do mercado Gospel (*God of spell*) no Brasil, deixando claro também que, neste

universo, consumir bens e serviços ligados à sua religião significa estar ainda mais próximo do reino de Deus.

Jungblut (2007, p.22) afirma que o ambiente evangélico, apesar de por vezes ser tocado pelo universo mundano que o cerca, não consegue estabelecer dissociação total de ambos e busca elementos simpáticos aos jovens, estrato cada vez maior nesta comunidade religiosa. Segundo levantamento do autor, a partir da participação destes em eventos chamados cristãos, como a Marcha para Jesus (que reúne anualmente cerca de 3 milhões de pessoas na cidade de São Paulo), o crescimento de movimentos juvenis paraeclesiásticos como os surfistas de Cristo ou os atletas de Cristo e ainda o crescimento de vertentes evangélicas de apelos genuinamente jovens, como o ministério Arena Jovem, da Sara, ou ainda o uso de linguagens textuais e visuais também com este apelo acabam por contribuir e consolidar o interesse em aprofundar estudos no sentido de compreender as consequências desta nova onda, que pode ajudar a direcionar algumas estratégias de mercado.

Para além disto, Carreiro (2003) analisou o crescimento evangélico no Brasil e seu consequente impacto no mercado e na economia como um todo, entendendo que o mercado religioso – neste tocante referindo-se apenas à existência de diversas correntes que concorrem entre si, funciona através de paradigmas que tentam construir um corpo de generalizações transculturais e trans-históricas, a partir da relação do indivíduo com os dogmas perpetrados e de suas escolhas. Pressuposto que aponta para o máximo de ganho com menor custo material ou ideológico. Desta forma, as ações, destacado neste prisma o comportamento de consumo, determinam o que o indivíduo considera razoavelmente interessante para ele ou ainda se estas mesmas ações descansam sobre conjecturas plausíveis.

Comportamentos estes que podem começar a ser elucidados, no caso do jovem evangélico, a partir de fatores como os tabus e as obrigações pertinentes à religião, tendo ainda a função de contribuir para o delineamento da cultura, das normas, das atitudes e dos seus valores.

As mediações, em crivo específico as de carácter religioso, atravessam a relação dos receptores com os meios e não existem fora das mesmas: classes sociais, orientação religiosa, gênero, etnia, família, escola, grupos de amigos e indivíduos. Já as mediações comunicativas na recepção são apreendidas através da análise dos textos midiáticos relevantes no cotidiano do receptor, abrangendo o exame do texto e dos usos, da sua circulação no espaço/tempo do receptor e da conformação desta relação. Esta abordagem está relacionada às primeiras pesquisas que levaram em conta a audiência, seguindo a tradição da escola funcionalista de entender os efeitos da mídia sobre os sujeitos. De natureza mais psicológica, pensada em termos

do processo estímulo-resposta, pode ser considerada como a gênese dos estudos de recepção, principalmente no continente americano (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005 p. 12). São estudos, portanto, que levam em conta as relações entre os conteúdos midiáticos e os sujeitos a partir da lógica da recepção, buscando detectar as influências e impactos gerados, em alguns casos mesmo que o referencial teórico-metodológico apresentado seja de abordagem sociodiscursiva ou sociocultural. Estudos com abordagem sociocultural, por sua vez, são aqueles que enfatizam uma “[...] visão ampla e complexa do processo de recepção dos produtos midiáticos, levando em consideração múltiplas relações sociais e culturais” (ESCOSTEGUY, 2005 p.27). Mais do que o estudo do fenômeno de recepção em si, as pesquisas do gênero pretendem problematizar e pesquisar, do ponto de vista teórico ou empírico, sua inserção social e cultural.

É preciso compreender ainda que o indivíduo está sempre em relação com o outro(a linguagem, os rituais, sujeitos, etc.), e tal relação é articulada por um trabalho singular, dele próprio, junto às outras enunciações. Apesar de instalado em redes e em contratos que os transformam em coletivos, o indivíduo distingue-se apesar dos outros. E por isso é que ele se constitui em unidade de análise. Apesar de estar no coletivo, sua enunciação se singulariza, pois nenhum outro pode falar por ele. Nestas condições, os receptores indicam as configurações de contatos e de suas apropriações dos discursos religiosos midiáticos a partir de um trabalho de individuação dos sentidos (VERÓN, 2004 p. 272).

Em um universo carregado de simbolismos, os comportamentos acabam por ser extremamente influenciados - ou corrompidos - e precisam ser compreendidos de maneira equânime.

Segundo Penteadó (2011, p. 90), “[...] é por meio do caráter simbólico que o indivíduo sujeito dialoga com a sociedade do seu tempo, informando seus interlocutores a respeito de sua identidade, seus hábitos, posicionando-se no mundo”.

Assim, entender como funciona o raciocínio das pessoas ajuda a compreender como acontece o seu comportamento na vida como um todo e, de maneira mais enfática, os seus hábitos de consumo, notadamente de música-produto (grifo do autor)

Depreende-se, portanto, que o indivíduo constrói suas percepções a partir daquilo em que encontra afinidade, acumuladas ao longo da sua existência, a partir das mais diversas experiências. Afinidade esta que poderá fazê-lo preferir o azul ao amarelo e, assim, construir sua identidade, aquilo que lhe é próprio e caro.

Indo além, é preciso entender o mercado consumidor evangélico ultrapassando os limites do ambiente musical e de artigos religiosos, estendendo-o também ao universo da moda e suas grifes de consumo rápido (*fast fashion*), automóveis, imóveis, alimentação e muito mais,

levando-se em conta que o fiel, por assim dizer, parece repudiar o produto pirata por convicção, o que acaba por fortalecer marcas que este respeita, conforme bem lembra Jungblut (2007, p. 15), mas tentar iniciar esse entendimento pelo consumo de música mostra-se um caminho, quiçá, acertado.

Isto posto, propõe-se como objetivo geral desta pesquisa apreender como e quais são as escolhas musicais dos jovens seguidores da Sara entre o universo gospel e não-gospel, compreendendo se há ou não a interferência dos seus preceitos religiosos nestas escolhas, tendo como objetivos auxiliares ou específicos observar, por parte dos seguidores da Sara, se estes percebem a influência religiosa em seu cotidiano, esperando-se, ao final, apontar quais os caminhos que podem ser percorridos para abordar jovens evangélicos de forma não invasiva, respeitando de maneira não equivocada os seus preceitos.

Para tanto, a presente dissertação possui quatro capítulos, além de introdução, considerações e um apêndice.

O capítulo um, “Abordagens diversas sobre o universo da fé”, procura mostrar as principais transformações no campo religioso, mais especificamente no universo da fé, bem como apresentar a crescente aproximação entre consumo e religião. No segundo capítulo, “Ser jovem no século XXI”, são discutidos os conceitos de jovem, juventude e seus papéis na contemporaneidade. O terceiro capítulo compreende os procedimentos metodológicos e no quarto, a interpretação dos dados. No apêndice estão: os perfis dos jovens entrevistados, o roteiro de entrevistas e o termo de esclarecimento consentido.

2 ABORDAGENS DIVERSAS SOBRE O UNIVERSO DA FÉ

Entender o ente religioso como parte de um contexto amplo, onde posturas e dogmas acabam por determinar comportamentos é pressuposto básico para alicerçar estudos da área.

A relação entre o ser humano e o universo da fé atravessa toda a sua história. Pensada no sentido da “confiança”, da crença absoluta e inquestionável, o conceito de fé tem assumido formas diferentes, a depender da cosmovisão adotada.

Ressalta Miranda (2013, p.4), que:

Todavia, é fundamental destacar que a fé não está necessariamente restrita ao contexto cristão ou religioso de maneira geral. Qualquer aceitação de um conjunto de proposições pressupõe fé, em algum sentido, por parte daquele que confia em tais afirmações. Isto é, mesmo para advogar a favor da invalidade da religião ou da inexistência do transcendente, é fundamental que este alguém creia em sua tese.

De acordo com McGrath, (1992, p. 12), no senso comum, “[...] a fé é tida como um tipo de crença que reflete um nível mais baixo de conhecimento”, influenciada que é pelas necessidades de explicar eventos até então desconhecidos.

Entretanto, no teísmo cristão, a fé se define como a certeza da existência de um Deus único, criador, auto existente, formatando uma crença que deixa de se coadunar com a visão universal, para tornar-se particular, específica, inserida em contornos mais bem delimitados, transformando Deus no objeto maior da fé.

De modo mais preciso posiciona-se Miranda (2013, p. 9):

Na cosmovisão teísta cristã, a fé ultrapassa a simples confiança, pelo fato de que seu objeto é claramente definido, existente e verdadeiro. [...] Deus é o objeto maior da fé. A convicção ou certeza inerentes a este conceito, na perspectiva cristã, deve-se à realidade da existência do objeto ao qual está fé é direcionada.

Rouanet (1997) por sua vez, ao discutir as razões do Iluminismo, aponta para outro momento importante no que tange ao universo da fé: a ruptura com a noção de secularização, ao menos em termos absolutos, e a reaproximação entre ciência e fé. O autor fala em uma “volta de Deus” e a uma inversão no que Max Weber chamou de secularização, ou seja, a passagem do controle religioso da vida para o leigo.

A respeito dos atentados de 11 de setembro e essa “volta de Deus”, Rouanet (1997, p. 65) enfatiza:

Os atentados de 11 de setembro de 2001 em parte trouxeram novos e terríveis exemplos para engrossarem essa lista. O fanatismo fundamentalista em todos os campos, e não somente no islâmico, foi visto com razão como uma nova

prova dos perigos do novo clima ideológico. Mas em parte, também, os atentados trouxeram uma mudança de perspectiva. Até agora a reespiritualização se concentrava na faixa mais excêntrica da mentalidade moderna, nas seitas orientais, nos grupos pentecostais, nos rituais satânicos. As religiões oficiais continuavam em queda livre. Quanto mais moderna a igreja, quanto mais racionais as suas doutrinas, menos entusiasmo ela parecia despertar no grande público.

Ainda, tentando recolocar a questão da fé na contemporaneidade, o autor afirma haver um lugar para ela (a fé) na chamada “sociedade do conhecimento”, arregimentando, dessa forma, novas camadas anteriormente desligadas do conceito.

O Bispo Rodovalho, fundador da Sara, menciona que um dos objetivos da SBE, braço editorial da Igreja, é, justamente, promover o encontro entre ciência e fé:

Sara Brasil Edições e Produções foi criada em 1998 com o objetivo primeiro de atender à necessidade de levar conhecimento e mensagens de caráter religioso ao público interno. Esse propósito rapidamente evoluiu, com ampliação do público para o segmento evangélico e, posteriormente, com a diversificação temática, que passou a abranger, além dos princípios da fé e da palavra de Deus, questões ligadas aos relacionamentos humanos, à origem de problemas emocionais e espirituais, aos efeitos e às formas de recuperação diante das perdas, ao desenvolvimento da liderança e, mais recentemente, ao encontro entre a ciência e a fé (SÍTIO ELETRÔNICO DA IGREJA SARA A NOSSA TERRA).

Segundo o sítio eletrônico da Sara, entre os títulos de caráter científico publicados pelo Bispo Robson Rodovalho, encontra-se “Ciência e Fé – O Reencontro pela Física Quântica”, publicado pela editora LeYa, que permaneceu por três semanas no topo da lista dos mais vendidos no país da revista Veja, logo após seu lançamento, em julho de 2014.

A necessidade de reforço da fé, aparece também na apresentação do ministério Arena Jovem, como pode ser percebido no seguinte trecho da apresentação que consta do sítio eletrônico da Sara:

O Arena Jovem é a mola propulsora da Sara Nossa Terra. Um ministério que teve como precursora a Bispa Lúcia Rodovalho, uma mulher que acreditou em uma geração disposta a trabalhar para Deus. O nome “Arena” surgiu como inspiração das arenas romanas, lugares conhecidos pelas lutas que eram travadas. Nome que inspirou jovens dispostos a lutar para tomar o inferno e ganhar almas para Jesus. Os cultos acontecem todos os sábados em várias partes do Brasil. Antes de falar do que é ser Arena gostaria de dizer como nascemos. No início de 2003 a Bispa Lúcia Rodovalho tornou-se coordenadora nacional do Arena e deu um salto nesse ministério. O trabalho foi expressivamente marcado nas **áreas de fé e aconselhamento**, dando ênfase na transformação do indivíduo e consequentemente da família (grifo nosso).

Ainda que de maneira indireta, o universo da fé, no âmbito da Sara, mescla-se ao campo mais diretamente ligado à religiosidade e a empresas que gravitam em torno desse núcleo central: editora, gravadora, emissoras de rádio e televisão, alterando, assim, a própria missão da Igreja.

Para Patriota (2007, p.2), “O que nos parece, à primeira vista, é que o conceito da ‘missão’ religiosa está sendo deixado de lado para o alcance de melhores resultados em termos numéricos, para o ‘enchimento’ de igrejas e abertura de novos templos”. Em tal contexto, compreender a constituição contemporânea do universo da fé, torna-se indispensável para pensar o consumo midiático e, mais precisamente, o consumo musical do jovem que frequenta a Sara.

Interessa aqui examinar as operações discursivas realizadas para instituir pontos de vínculos com o âmbito da esfera produtiva do discurso, examinando de que modo o universo da fé vai se inserindo nos diferentes segmentos de consumo e de geração de necessidades. Enfatiza-se a importância da instância dos textos, enquanto operações complexas realizadas pelos receptores evangélicos – no cerne de estratégias, através das quais, efetivam contatos e se constituem na midiaticização.

Para tanto, faz-se necessário estabelecer e analisar alguns parâmetros de contato com o público jovem, entendendo as suas demandas e necessidades, que precisam urgem ser atendidas, conquanto correspondem aos anseios e expectativas destes. Isto posto, são feitas as observações em sequência.

Patriota (2007), destaca que, na contemporaneidade midiática, surgem novas práticas religiosas e de consumo, algumas das quais se aliam à Teologia da prosperidade, criando uma espécie de ‘mercado religioso’, fato que pode ser percebido no caso da Sara, tanto pelas empresas conjugadas quanto por seus *posts* nas redes sociais (Figura 4).

Figura 4 – *Post* na conta de *Twitter* da Sara



Fonte: @SNToficial

Tais contatos a que nos referimos são espécies de “pontos de articulação” que ocorrem por modos específicos de acesso aos sentidos, pelos quais os receptores transformam as estratégias propostas pela emissão em novos textos. São tais operações textuais que asseguram a existência da recepção no contexto do funcionamento da midiatização no âmbito específico do campo social religioso.

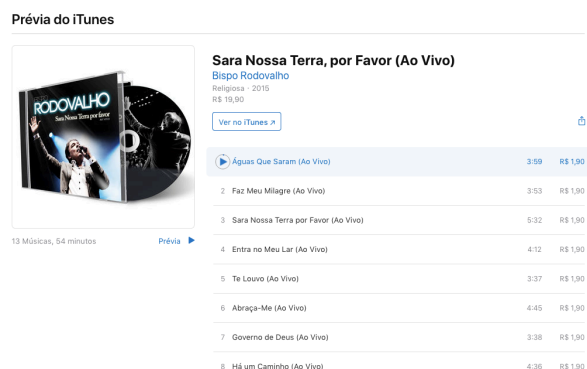
Os contatos com o público jovem derivam de uma linguagem própria, gerando a chamada “gramática de reconhecimento”, constituída por saberes comuns ao público em questão e de “leituras extensivas” e que se autorizam automaticamente, enquanto discurso para além das configurações de mensagens em oferta.

A Sara realiza essas operações também no campo musical, como se pretende mostrar no terceiro capítulo, apoiando a construção de discursos que legitimem o consumo de música Gospel como aquele que melhor atende às necessidades do jovem integrante da igreja.

Mesquita (2007), analisa como os elementos doutrinários orientam as vidas de fiéis da Igreja Universal do Reino de Deus, o modo como interpretam e cumprem as prescrições religiosas e o seu direcionamento para o consumo e o lazer. Focaliza a corrente teológica chamada Teologia da Prosperidade e como esta possibilita a acomodação da mensagem pentecostal a um contexto socioeconômico em que os fiéis valorizam a poupança e os investimentos como estratégias de uma ética de consume, deslocando a relação religião/produção para religião/reprodução social.

Nesse sentido, cabe destacar, a Sara se insere nos principais meios de comunicação, tais como o rádio, a televisão e as plataformas digitais, a exemplo do iTunes, onde, por exemplo, o álbum “Sara Nossa Terra, por favor (ao Vivo)”, pode ser baixado ao custo de R\$ 19,90 (completo) ou a R\$ 1,90 cada faixa (Figura 5).

Figura 5 – Página do iTunes do álbum “Sara Nossa Terra, por favor (ao Vivo)”



Fonte: iTunes

Chioccola (2014), salienta que o crescente avanço da presença de igrejas evangélicas no Brasil vem contribuindo para o aumento no número de fiéis que compõem o tecido social brasileiro. Tal avanço, em certa medida, colabora, Segundo o estudo, para que as doutrinas evangélicas tenham os seus valores morais e éticos difundidos de maneira ampla nos mais diferentes âmbitos da sociedade, seja na esfera política, econômica ou social. Tendo como fundamento os estudos de recepção e a teoria das mediações, aliados aos estudos de consumo propôs-se a estudar os processos de recepção de telenovelas da Rede Globo por evangélicos.

É interessante notar que artistas da Rede Globo, a exemplo de Leila Lopes que fazia sucesso na novela “O Rei do Gado”, ao ingressarem na Sara, movimentaram a atenção dos expectadores para a Igreja.

Por seu turno, Lo Bianco e Vidal (2014), estruturam o raciocínio de que nas últimas décadas surgiram novas expressões da religiosidade, manifestadas na proliferação das seitas engendradas numa dimensão de contrato e troca entre os fiéis e Deus, comparando com religiões tradicionais orientadas por um pacto que, ao contrário, mantém a referência à alteridade e à impossibilidade de um arbítrio frente aos desígnios divinos. Para além das semelhanças que as unem — marcadas todas pela mesma busca da felicidade e do alívio para o mal-estar — há diferenças acentuadas, que apontam para distintas configurações do laço social e do sujeito que delas é efeito.

Destacam-se, em meio aos estudos envolvendo o tema religião, os escritos de Karla Patriota que brinda-nos com passagens como a de afirmar serem os neopentecostais “uma reflexão do fenômeno religioso contemporâneo, no qual as práticas religiosas ganham maior visibilidade nos meios de massa e são redefinidas numa sociedade de cunho espetacular” (PATRIOTA, 2014, p. 2).

A autora, em estudo anterior, (2007), já ressaltava o profundo entrelaçamento entre a estruturação de uma sociedade do espetáculo e seus desdobramentos para as práticas religiosas, a cada dia mais vinculadas a outras estruturas de consumo. Analisando-se a estrutura midiática da Sara, é possível perceber que se delineia uma forte aproximação dessa sociedade do espetáculo a que se refere Patriota (2007).

A esse respeito, adentrando o universo da música integrada à religiosidade, Martinoff (2010), aborda o papel da música no culto evangélico, as modificações sofridas especialmente a partir da década de 1970 e a influência da mídia sobre alguns aspectos da música evangélica na atualidade, notadamente a partir da década de 1980, com a compra da Rede Record pela Igreja Universal do Reino de Deus e a fundação da Igreja Renascer em Cristo, em 1986, que teve como característica, desde o seu início, uma atitude marcante na utilização dos meios de

comunicação de massa, principalmente do rádio e da televisão, e na organização de eventos realizados em ginásios e estádios esportivos e os chamados *shows gospel*, nos quais se apresentavam diversas bandas. Foi realizada por ela uma pesquisa bibliográfica quanto ao conceito de música *gospel* e as relações entre o discurso teológico e o comportamento musical nas diversas camadas sociais. Concluiu-se que a estreita relação entre música, mídia e religiosidade afeta o comportamento cultural e social desse segmento do cristianismo.

Neste ínterim, destaca-se ainda o raciocínio de Mariano (1999) ao afirmar que os evangélicos da linha neopentecostal derrubam por terra o velho ascetismo pentecostal, prejudicam a imagem pública deste grupo religioso e concorrem para pôr em xeque a tese que vê afinidades entre o pentecostalismo e o "espírito do capitalismo", retomando a questão similar trabalhada por Max Weber (2014).

Pode-se dizer, portanto, que hoje são muitos os usos (e abusos) políticos do conceito de cultura e, por decorrência, de diversidade cultural, onde também se inclui a dimensão religiosa. Não é difícil observar como, sobretudo em situações em que se explicitam disputas de poder e conflitos sociais, as ideias de “multiculturalismo” e “interculturalidade” são contraditoriamente acionadas.

Por um lado, acionar a noção de “diversidade” pode significar produzir isolamentos estratégicos, mantendo culturas, grupos, identidades e religiões em seus “devidos lugares”.

Por outro lado, simultaneamente, em espaços de disputas democráticas, o “reconhecimento da diversidade” tem contribuído para aumentar o peso de valores e pertencimentos religiosos por meio de uma afirmação ética que prega “a paz e justiça” e evoca universais “direitos humanos”, segundo Novaes (2012).

Nesse contexto, em que o universo da fé vai se remodelando, a situação do jovem, sua estrutura de pertencimento e as formas de construção de redes de relacionamento vão se tornando centrais, razão pretende-se discutir no próximo capítulo.

3 SER JOVEM NO SÉCULO XXI

Pode ser extremamente temeroso observar cientificamente indivíduos considerados jovens em pleno século XXI sem levar em conta uma série de questões que afetam a sua percepção do mundo.

A contemporaneidade nos acena com novos modos de vida, como nos relata Giddens (1991, p.10):

Os modos de vida produzidos pela modernidade nos desvencilharam de todos os tipos tradicionais de ordem social, de uma maneira que não tem precedentes. Tanto em sua extensionalidade quanto em sua intencionalidade, as transformações envolvidas na modernidade são mais profundas que a maioria dos tipos de mudança característicos dos períodos precedentes.

Neste diapasão, observa-se uma série de situações preponderantes para entender a *persona* que se pretende analisar neste estudo, conforme explicita muito bem Feixa (2006, p.57), em tradução livre do pesquisador:

A última geração do século XX é “a primeira que chegará à maioridade na era digital” [...] se distingue pelo “acesso universal[...] às novas tecnologias da informação e da comunicação”, pela “erosão das fronteiras tradicionais entre os gêneros e os sexos” e pelo “processo de globalização cultural que conduz necessariamente a novas formas de exclusão social em escala planetária

Ainda, segundo o autor, estes jovens estão familiarizados desde sempre com novas tecnologias, rodeados pelos instrumentos eletrônicos que têm configurado suas visões da vida e do mundo, apontando para a metamorfose do ciclo de vida que, ao menos para nós no ocidente, está reestruturando significativamente a natureza, a duração, a imagem cultural e o papel social da juventude (FEIXA 2006, p.58-59).

Nesse âmbito, o jovem do século XXI se vê diante de um processo de reconstrução de sua identidade, posto que: “As relações sociais são definidas vis-à-vis as outras, com base nos atributos culturais que especificam a identidade” (CASTELLS, 2016, p.18), e essa interação já não se restringe mais aos tradicionais conceitos de proximidade, mesclando-se a contatos com realidades diversas, possibilitados pela mediação da *web*.

Ulteriormente, é preciso estar atento a estas novas perspectivas, entendendo significados intrínsecos a este novo e real universo, com a perspectiva cada vez mais volátil das informações e sedimentações de grupos sociais, ainda que de características secundárias, como podem ser classificados os de natureza religiosa (CAMINO; TORRES, 2013 p. 530).

A Sara, através da Arena Jovem, busca reforçar os laços pessoais, reativando o conceito de comunidade religiosa, estimulando a convivência, o envolvimento e o compartilhamento de

gostos, crenças e valores, em particular o gosto musical, como se pretende aqui mostrar.

Urge compreender, segundo o prisma dos jovens analisados, a máxima da psicóloga estadunidense Turkle (2012), em seu clássico “Juntos e sozinhos”, tradução livre deste pesquisador, em que ela chama a atenção para o fato de que esperamos mais das máquinas e apetrechos tecnológicos, que de outrem, daqueles que ao redor vivem, coabitam, com todas as pessoas com as quais é possível interagir, explorando o encanto juvenil e com as redes sociais online, que parecem unir, agrupar, ao tempo em que estabelecem um vácuo no relacionamento interpessoal.

Para melhor compreender qual o “jovem” analisado nesse estudo, é importante discutir o próprio conceito e justificar a escolha feita no escopo desta dissertação.

3.1 Jovem Sim, Mas Sob Qual Ponto de Vista?

Antes de qualquer interpelação aos integrantes do *corpus* deste estudo, é precípua contextualizar que indivíduo, sociologicamente, pode ser considerado jovem. Há uma série de pressupostos responsáveis por caracterizar este estágio da vida humana, não necessariamente ligados à idade cronológica.

Esta marcação faz-se necessária, inclusive porque segundo Bourdieu (1983, p. 113), somos sempre o jovem ou o velho de alguém, dependendo do prisma de avaliação.

Assim, o sociólogo em seus ensaios, ressalta que, a depender da quantidade de tarefas e associações feitas a determinada pessoa, pode esta ser considerada jovem ou adulta, senão vejamos: um indivíduo de idade cronológica na faixa dos 18 anos, caso trabalhe ou mesmo já tenha constituído sua própria família, passa a ter uma visão do mundo à sua volta, e consequente postura diante deste, que outrem de mesma idade, porém apenas com a responsabilidade de levar seus estudos a cabo não tem. Daquele faz-se uma série de exigências em seu agrupamento social diferente das feitas a este.

É preciso, portanto, compreender o espectro no qual está inserido o jovem, que a depender da variação, o faz ter percepções distintas do mundo e da vida em sociedade, podendo modificar suas escolhas.

Torna-se precípua, ainda, entender que a categoria juventude é uma construção histórica e social que se articula sobre recursos materiais e simbólicos. Não há uma essência, uma vez que “[...] a mutabilidade dos critérios que fixam os limites e os comportamentos jovens está necessariamente vinculada aos contextos sócio históricos, produto das relações de força em uma determinada sociedade” (REGUILLO 2003, p. 116).

Nesta seara, destaca-se a importância de se pensar ‘juventude’ como culturas intercaladas em contextos sócio-históricos em que são construídas, uma vez que os significados atribuídos a juventudes sofrem transformações conforme ocorrem as mudanças culturais. Tais transformações podem ser até mesmo percebidas na própria palavra ‘juventude’ que na Modernidade era vista como uma categoria, contudo, na Pós-Modernidade, entende-se que não há apenas um modo de ser jovem, passando-se assim a utilizar o termo ‘juventudes’, no plural (ARIÈS, 1986, p. 24).

Houve, ao longo do tempo, algumas maneiras distintas de categorizar as fases da vida de um indivíduo, seja por idade, seja por colocação profissional ou mesmo social. Por isto, faz-se necessário adentrar este parâmetro no intuito de entender melhor quem pode ser classificado como jovem e como é possível fazer a devida diferenciação.

Destarte, infância, adolescência, juventude e o período considerado como “idade adulta” permaneceram confundidos, porque antes de surgir a concepção de juventude e a figura do adolescente, surgiu a preocupação com a criança, com sua educação e proteção, ou seja, a infância foi inventada (ARIÈS, 1986, p.37).

Começou-se a questionar sobre a juventude, sobre essa “etapa da vida em que, entre as brincadeiras da infância e os assuntos sérios da idade adulta, abria-se um período tão transitório quanto fundamental para o desenvolvimento do indivíduo”, de acordo com o pensamento de Philippe Ariès (1986, p. 51). No início do século passado, chegou-se a afirmar que a categoria juventude era separada da infância quase como uma exigência de preparação para a idade adulta, envolvendo a internalização dos preceitos em ‘dever ser’.

Portanto, a juventude era vista como um período de vida, e os jovens eram identificados como tais através do plano biológico e do temporal: “A juventude torna-se, por excelência, a idade de aprender” (ARIÈS 1986, p. 105).

Já na Era Moderna, a condição de juventude foi associada justamente às questões de idade, corpo, moradia, estudo. De acordo com Margulis e Urresti (2000, p.21), idade e sexo foram aspectos utilizados para classificação social em muitas sociedades. Era um período de idade que definia quem era jovem ou não. Segundo os autores, é “[...] a partir dos séculos XVII e XIX que a juventude começa a ser identificada como camada social que goza de certos privilégios, de um período de permissividade [...] entre a maturidade biológica e a maturidade social” (MARGULIS; URRESTI, 2000 p. 4). Conhecida ainda como “moratória social”, esse período é visto como uma prerrogativa para uma parcela de jovens pertencentes a setores sociais mais favorecidos economicamente, os quais poderiam se dedicar por mais tempo aos estudos: protela-se o matrimônio, a construção de uma moradia, o trabalho remunerado e até mesmo a

independência econômico-financeira. Porém, no contexto pós-moderno, acabam por ruir essas barreiras tradicionais, tanto sociológicas quanto biológicas. Assim, podem fazer partes das culturas juvenis, pessoas que antes eram consideradas crianças ou adultos; que possuem empregos fixos; casados ou solteiros; que já assumiram maternidade/paternidade, pois tais aspectos passam a não fazer parte apenas das identidades juvenis, inventando-se desta forma novos modos de ser jovem. E o conceito de juventude torna-se então um conceito líquido (BAUMANN, 2005 p. 19), ou seja, se molda a diferentes contos e situações.

As culturas juvenis, como conhecidas na atualidade, são entendidas por Reguillo (2003 p. 115) como uma invenção do pós-guerra, posto que algumas mudanças que ocorreram após esse período contribuíram para a construção de culturas juvenis, dentre as quais é possível destacar o aumento da importância do mercado e do consumo, bem como o crescimento das indústrias de entretenimento direcionadas à juventude, proporcionando o aparecimento do jovem consumidor (CLARKE *et al*, 1976, p.234).

Segundo os autores, as culturas juvenis estavam ligadas à essa cultura de massa de duas maneiras. Primeiro, a criação desta significava o surgimento de “imitação” e “manipulação”. Depois, alguns aspectos das culturas juvenis eram vistos como representações dos piores efeitos da “cultura de massa”, eram homens considerados de má índole ou violentos, precursores da tendência à violência nas culturas juvenis.

Também o surgimento de contraculturas juvenis favoreceu o surgimento das culturas juvenis de consumo. Canevacci (2005, p. 13) afirma que “O prefixo ‘contra’ atestava a dimensão da oposição que as novas culturas juvenis dirigiam à cultura dominante ou hegemônica”. Por conta deste aspecto ‘contra’, ao rejeitar os símbolos de *status* e as mercadorias consumidas por outros jovens – como o carro do ano, as roupas, músicas do gênero romântico – criaram-se símbolos de rebeldia juvenil – como as motocicletas, as roupas coloridas, os cabelos naturalmente compridos, a audição de grupos de *rock and roll* – estes, por tela, “[...] foram apropriados e passaram a ser divulgados pelos meios de comunicação” (COELHO 1998, p. 28).

Portanto, reconhecer os jovens bem como seus símbolos e mercadorias como um promissor mercado de consumo, seus estilos juvenis são apropriados e ‘convertidos’ em moda e em produtos que possam consumir. Os meios de comunicação e o mercado investem na diferença de estilos, de posições de sujeitos a fim de atingir uma faixa cada vez maior do público consumidor – diferença essa que corrobora ainda mais a ideia de que não existe um único modo de ser jovem.

A cultura de consumo propicia ‘possuir’ diferentes identidades em diferentes momentos através daquilo que se consome, o que, por sua vez, pode favorecer não apenas o descarte e consumo de objetos, mas também de identidades a partir do instante em que são assumidas posturas diversas, mas antagonicamente semelhantes, criando e sustentando elementos icônicos que formam ao mesmo tempo a alteridade e o pertencimento desses grupos. Esse sintoma vai ao encontro da condição pós-moderna, onde os sujeitos possuem várias identidades, ainda que fragmentadas, podendo, ainda, ser contraditórias ou não-resolvidas (HALL 2003, p. 237).

Canclíni (1999, p. 39) argumenta que “[...] vamos nos afastando da época em que as identidades se definem por essências históricas: atualmente configuram-se no consumo, dependem daquilo que se possui ou daquilo que se pode chegar a possuir”. Assim, na cultura de consumo, nossas identidades passam a ser constituídas por elementos diferentes de outrora.

Nesse contexto, as identidades têm assumido um caráter de experimentação interminável, como enfatiza Baumann (2005, p. 91), para quem, muitas identidades podem ser experimentadas pois as escolhas são inúmeras, uma vez que estas estão sendo constantemente sonhadas e inventadas para serem consumidas e usadas – entendendo que é possível ainda na atualidade migrar por várias conjecturas de identidade sem o necessário compromisso de firmar-se em alguma delas, assim o indivíduo flutua por várias personalidades sem comprometer seu bem-estar físico, mental e social.

Baumann (2005, p. 91) nos ensina ainda que “Está à sua espera nas lojas um traje que vai transformá-lo imediatamente no personagem que você quer ser, quer ser visto sendo e quer ser reconhecido como tal”. Os “consumidores de identidades” podem adquirir qualquer uma e usá-las pelo tempo que desejarem, para, logo em seguida, descartá-las.

Como já afirmado anteriormente, em certa medida, quaisquer consumidores podem ser vistos como jovens desde que adquiram os objetos dessa cultura, ou seja, desde que consumam os objetos adequados a fazê-los parecer jovens. Fazer parte das culturas juvenis é consumir os mesmos produtos que eles, e não somente as roupas, mas ir aos mesmos shows, bares; ‘curtir’ as mesmas músicas e livros; enfim, tudo o que passa pela cultura de consumo, os identifica e diferencia no mesmo toar.

Hall (2003, p. 75) prolata que a cultura de consumo produziu um ‘supermercado cultural’, no qual temos sido “[...] confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha”. Em relação a essa oferta de identidades, voltando a Baumann (2005, p. 105), observa-se o questionamento sobre qual delas escolher e por quanto tempo usá-las. Para o autor, os processos de identificação possivelmente se tornaram líquidos,

afinal “[...] em nosso mundo fluido, comprometer-se com uma única identidade para toda a vida, ou até menos do que a vida toda, mas por um longo tempo à frente, é um negócio arriscado. (BAUMANN, 2005, p. 96). As identidades são, desta feita, para usar e exibir pelo tempo que a conveniência assim determinar, não para armazenar e manter.

É, pois, na cultura contemporânea que sujeitos podem experimentar, consumir, diversas e diferentes identidades. O consumo permite um acesso a determinadas culturas, permite aos sujeitos transitarem entre várias culturas, entre várias identidades quase que simultaneamente. Permite aos sujeitos ora se identificarem com uma representação, ora com outra.

O que parece ter relevância é a aparência, aquilo que é visível, que está na superfície. Nesse sentido, pode-se inferir que as identidades ligadas ao consumo são identidades de superfície. Assim, o fluido, o dinâmico, a superfície, são aspectos privilegiados na cultura de consumo que ressoam na condição pós-moderna na qual os sujeitos são produzidos ou vice-versa.

Percebe-se, portanto, que há pluralidade de modos de ser jovem, modos esses fluidos, dinâmicos, distintos. Juventude torna-se, como já colocado reiteradas vezes, um conceito líquido pois ‘ser jovem’ toma diferentes formas dentro do contexto atual.

Nesse sentido, definir juventude, o que é ser ou não jovem, talvez não seja uma tarefa tão importante quanto a de pensar sobre como se constrói aquilo que entendemos como “juventudes” e como a circulação, em nossas culturas, dos significados atribuídos à juventude produz/afeta o tempo presente.

A juventude urbana tem se destacado como grupo social, sendo deveras importante observar como este se relaciona e como ele tem se destacado na contemporaneidade. Se por um lado os jovens são considerados potenciais questionadores da ordem e portadores da centelha da mudança social, observa-se também que estes podem, por outro lado, continuar reproduzindo situações sociais determinadas, além de perpetuar situações de dominação legitimando a ordem em muitos momentos.

Ainda nesta análise, é salutar conhecer que na fase considerada ou chamada adulta, os indivíduos, mesmo que questionados, são responsáveis por suas decisões e são cobrados para assumirem essa postura. Já na juventude, as decisões tomadas sempre são ancoradas pelas orientações dos pais ou de pessoas consideradas experientes, tornando a relação entre esses dois grupos tensa e propicia a conflitos. Assim tem-se uma visão representativa do mundo estruturada no espaço temporal em que estão ordenados, devidamente acomodados.

Deve-se levar ainda em alta conta, que uma das características do período atual, tem sido a fragmentação das identidades dos indivíduos. Criam-se grupos, inventam estilos

próprios a fim de acompanhar a tendência mundial, ou quando não, de se posicionar contrário ao que é considerado normal. No caso da juventude, o resultado mais visível fica por conta dos novos estilos de se portar adotados pelos jovens no seu cotidiano bem como na forma de se expressar socialmente.

Com este raciocínio, destaca-se a afirmação de Souza (2004, p.52):

O século XX termina apontando para um futuro cuja única certeza que se tem é a da mudança. As tradicionais formas de ver o mundo foram desmontadas, e a racionalidade técnica do lugar dá outras formas de pensamento. Já não se trata mais de soluções acabadas, mas de inventar, em cada situação, novas possibilidades, em um mundo em transformação com idas e vindas, quebras e dobras, cortes e rupturas. Enfim, um tempo de grandes viradas.

Diante de todas as incertezas naturais ao mundo contemporâneo, a juventude elabora suas concepções e seus valores ressignificando a todo o momento sua forma de ver o mundo. Desta maneira, as incertezas e inseguranças tornam-se aspectos consideráveis ao avaliarmos as inconstâncias da juventude, pois é neste ambiente que os jovens vivem grande parte de suas vidas e dele arregimenta toda sua formação como adultos *a posteriori*. Na juventude, as ideias estão em constante ebulição, o que possibilita que crenças, valores, tradições e práticas sejam reestruturadas a todo o momento. A condição de jovem parece ser de fronteira, haja visto que não pode assumir posições jocosamente ditas irresponsáveis porque não é criança, ao mesmo tempo em que outras decisões não lhe são permitidas porque são exclusivas ao universo adulto.

Esta situação intermediária demonstra a localização social em que os jovens se encontram na representação social; as decisões e os referenciais que os nortearão por toda a vida são estruturados a partir desta localização. É no ambiente intermediário que as culturas jovens se fazem e refazem diariamente, criando seus signos de reconhecimentos e identidades. Estar no ambiente intermediário remete-nos à ideia de uma localidade que não se apresenta estática, porém em um movimento constante e frenético de cruzamento e reestruturação de valores e ideais.

Rocha (2006, p. 123) chama a atenção para o que diz respeito ao fato de que o consumo entre a juventude parece ter poder coercitivo, uma vez que constrói um sistema de representações que, coletivamente compartilhado, atua como força social em relação ao indivíduo. No caso da juventude, produzindo significado de pertencimento, construindo mapas culturais e identidades sócio-espaciais. Para a juventude, o consumo configura-se como regulador do ambiente à medida que possibilita identificação com outras pessoas que usam ou têm o mesmo produto.

No universo da fé, o jovem merece atenção especial, tanto por sua capacidade de engrossar as fileiras de fieis, quanto por seu potencial de consumo e a sua suscetibilidade na criação de necessidades.

3.2 Juventude e a Religião Como Amálgama Social

Embora a opção pelo uso do termo juventude pareça relativista demais, a decisão em usá-lo talvez seja a mais apropriada, levando em consideração que o comportamento social destes muda de acordo com a classe social, com a cultura e até com a opção religiosa. Desta forma, torna-se necessário para a discussão usar um conceito que seja apropriado ao ponto de captar com mais precisão os diferentes comportamentos das culturas jovens. Comportamentos que são estruturados a partir de um conjunto de signos e teias de significados pertencentes ao grupo.

A juventude do Século XX parece ter dado um novo significado ao conceito de religião. Um minucioso estudo realizado e divulgado pela revista *IstoÉ* em junho do ano de 2008 sobre o advento de uma nova e relevante camada social, parece confirmar o que há tempo os diversos pesquisadores da religião vinham observando: os jovens passaram a valorizar mais a sua fé do que a religião materializada na instituição, e, ao mesmo tempo, a juventude começou a produzir ou reproduzir uma nova forma de entender o mundo e a religião, valorizando mais a experiência pessoal do que a relação institucional.

Segundo Novaes (2006, p.271) isso é possível porque:

Nessa geração nada pode ser visto como muito estável, pois o que mais a caracteriza é a disponibilidade para a experimentação, o que ocorre também no campo religioso. São os jovens os que mais transitam entre vários pertencimentos em busca de vínculos sociais e espirituais.

Desta forma, há a confirmação daquilo que há tempo tem sido observado pelas ciências da religião: os sujeitos, na atualidade, dão mais valor à sua forma de crer do que à instituição religiosa. As instituições, com todo seu aparato regulador, representam compromissos e obrigações ao passo que para os jovens a forma de crer não precisa necessariamente se firmar em uma instituição ou corrente religiosa.

Verifica-se, portanto, que a perda de autonomia das instituições religiosas frente aos seus fiéis é frequente, porque estes não se sentem mais obrigados a obedecer a regras e padrões de conduta pré-estabelecidos. Talvez, por isso, também não se sintam incomodados em expressar suas crenças, valores e sentidos, transitando em diferentes formas religiosas ou de colocar em prática os ensinamentos religiosos.

Os jovens já não enxergam a instituição religiosa como sendo a única produtora de sentidos religiosos, nem como portadora exclusiva de verdades religiosas. Isso encaminha os indivíduos a não se sentirem incomodados em questionar as decisões institucionais. Ou mesmo que não questionem, adotem práticas e estilos condenados pela instituição à qual estão filiados. Essas práticas de enfrentamento, ainda que maquiadas, revelam descontentamento e tensão entre as gerações, pois conservam, em seu bojo, sentimentos de renovação e mudança.

Fernandes e Pitta (2006, p. 123) salientam que “[...] nesse momento da vida, os jovens estão envolvidos com experiências estudantis, preocupados com trabalho, lazer e vida efetiva, e a religião, embora presente, tende a não aparecer como fator prioritário.” Embora a perda de autonomia das instituições religiosas venha se firmando como realidade, esta não pode ser entendida como um fenômeno simples, antes resultado do processo de secularização, que reestruturou o lugar da religião na sociedade.

Rivera (2002, p. 64), por sua vez, pondera que o fenômeno da secularização parece ter transformado o lugar da religião na sociedade à medida que a pós modernidade oferece aos sujeitos várias possibilidades e opções religiosas:

O enfraquecimento das tradições implica numa proliferação de opções religiosas, e um resultado inevitável é o declínio dos compromissos religiosos. A expressão pública de múltiplas formas religiosas contemporâneas significa, para não poucos estudiosos da religião, pura e simplesmente uma negação da secularização desprezando-se qualquer necessidade de rediscutir o conceito. Mas uma análise mais cuidadosa da teoria da secularização, demonstra logo a superficialidade dessas leituras.

Isto enfraquece o processo de transmissão da tradição religiosa gerando declínio das instituições e crise nos compromissos religiosos. No caso da juventude, o efeito da secularização parece mais em evidência pela facilidade dos jovens em questionar e buscar novas possibilidades. Em consequência, a religião deixou de ser institucional para ser pessoal. O jovem pós-moderno não se vê obrigado a continuar no mesmo percurso religioso dos pais, pois se percebe autônomo na configuração de sua forma de crer não vendo necessidade de estar preso a determinações e convenções religiosas tão comuns nas religiões herdadas.

A própria forma de transmissão religiosa outrora tão latente entre os protestantes históricos vem entrando em declínio, apontando para um possível enfraquecimento da religião tradicional e reconfigurando as formas de assimilação das práticas religiosas dos seus sujeitos, atingindo todas as instituições de socialização como a família, a religião e a escola, pois estão inseridas em um contexto de relativismo que coopera para tal situação (RIVERA, 2002, p. 82).

Por isto, é preciso entender que não há mais em uma sociedade orgânica estruturada em um único centro. Antes num mundo marcado por relativismo que obriga os indivíduos a se

tornarem cada vez mais autônomos em relação a várias esferas de sua vida. No espaço religioso, a configuração dessa situação se torna real ao se observar a facilidade que os indivíduos encontram em aderirem a inúmeras formas de manifestação religiosa, mesmo que estranhem a sua origem.

Essa crise da transmissão religiosa acentua os conflitos geracionais, pois revela certo inconformismo de grande parcela da juventude que não se sente à vontade para seguir os modelos familiares tradicionais de religiosidade. Ao mesmo tempo, evidencia desejos de mudança, busca por transformações, questionamentos e ansiedade tão comuns nesse período de vida. As estruturas religiosas já não se sustentam mais como outrora, ao passo que são criticadas, questionadas e, em alguns casos, burladas escancaradamente, fazendo surgir um sem número de dissidências e consequentes denominações.

Destaca Hervieu-Léger (2000, p. 41) que, em se tratando de religião, os filhos jamais serão aquilo que os pais esperam que eles sejam. Isto é, a imagem fiel deles mesmos. Para ela, há uma tendência na sociedade atual ao enfraquecimento da transmissão religiosa, o que acaba gerando uma crise em relação à tradição.

Por outro lado, a mudança não se configura como ameaça à continuidade; ao contrário, a continuidade está assegurada em e pela mudança. Logicamente, ao se tornarem adultos, mesmo não levando à risca a tradição religiosa dos pais, os jovens terão oportunidade de estruturarem sua religiosidade com fundamento naquilo que sempre questionaram e creram. Todos os conflitos gerados durante a fase de juventude servem de base para estruturar suas decisões que se firmam em cima das experiências vivenciadas no cotidiano. E, mesmo não seguindo à risca as ideias defendidas pelos pais, suas decisões têm por base a tradição familiar.

Neste contexto recente, as identidades religiosas são cada vez menos herdadas e cada vez mais construídas a partir das experiências pessoais dos indivíduos. Convém ressaltar que uma das características da religião neste século está centrada justamente na possibilidade de cada pessoa ter sua forma de crer e se expressar, que resulta em uma multiplicidade de crenças e valores religiosos.

Convém observar, ainda, a colocação de Pais (2006, p.213), para quem, a tentativa de negação da religião herdada não acontece de forma elaborada, mas faz parte da cultura jovem a ideia de negação de tudo aquilo que lhe é imposto. Assim, a juventude vai na contramão do considerado normal. No caso da religião, aceita-se a tradição herdada, entretanto ressignificam-se as práticas religiosas para não parecerem tradicionais. Isso fica evidente quando se analisa que na atualidade, o jovem participa de atividades religiosas, porém não está, em geral, interessado em criar ou estabelecer vínculos institucionais.

Inúmeras são as referências à juventude como fator de transformação e mudança social. Se no âmbito secular, há uma tendência em perceber a juventude como portadora de dispositivos capazes de produzir transformações, na esfera religiosa tal análise tem adquirido espaço ao notarmos que os conceitos religiosos, de uma forma em geral, vêm sendo reformulados em suas concepções, tradições e origens. Não que os jovens sejam os únicos capazes de produzir mudanças, mas porque estes estão sujeitos a tal situação, uma vez que vivem um momento de construção e reconstrução do conhecimento.

Segundo Groppo (2000, p.127), a juventude seria um agente revitalizador da modernidade por se constituir num elemento dinâmico de um tempo em constante mudança, mesmo que suas ações sejam conservadoras ou liberais. Os próprios jovens procuram acentuar suas diferenças em relação aos adultos em uma clara tentativa de se mostrarem diferentes. Opor-se aos papéis sociais delegados pelas gerações mais velhas, significa negar o que foi estabelecido. Em se tratando de ambiente religioso, tal processo de diferenciação ao mesmo tempo em que evoca desencontros entre os indivíduos, fortalece ainda mais os movimentos religiosos ao garantir a continuidade dos ideais de seus fundadores. Mesmo que o discurso da juventude seja marcado pela constante busca de um renovar do movimento, suas origens se remetem ao lugar de origem e à tradição religiosa.

No âmbito das relações religiosas, essas se firmam justamente no contexto do processo de transmissão e afirmação da fé religiosa. Além do mais, percebe-se uma tendência a diminuição do número de jovens que seguem a mesma religião dos pais, numa demonstração clara de que o fenômeno das religiões herdadas está em declínio, demonstrando o que as inúmeras pesquisas do campo religioso têm indicado a respeito de um novo lugar da religião no mundo.

Funcionando como mecanismo de atração do jovem, a música merece especial atenção no universo da fé, como será, a seguir, discutido.

3.3 A Música Como Elemento de Pertencimento e Alteridade

Segundo os preceitos de Hall (2005, p.98), é possível depreender, dentre os jovens, a música como elemento de diferenciação dentre os demais no seu entorno, bem como, apesar disto, ser também a ligação que a juventude sente como necessária para seguir adiante. Assim, podem ser formadas as bases para elaborar os sentimentos de pertencimento e alteridade do jovem, sobretudo no âmbito da religiosidade e da profissão de sua fé.

Desta feita, o foco da atividade musical no universo da fé, passa a ser o trabalho de

evangelização e, também, o *louvor* e a *adoração*, características da experiência religiosa e do serviço religioso. Para os envolvidos com sua produção e para os consumidores, a chamada música *gospel* – em tradução livre, *God of Spell*, palavra de Deus, por ser uma forma contextualizada, é considerada eficaz na transmissão do conhecimento e de modo de vida pautados no Evangelho. Para tanto, há a ênfase em sonoridades com penetração nas camadas populares, como, por exemplo, o forró e o *funk*, e ainda a elaboração de canções pautadas em sonoridades relacionadas à juventude, marcando uma relação com o popular (PINHEIRO, 2013, p. 13) ou o que seja denominado como cultura urbana.

A modalidade musical dita *gospel* tem sido formulada e apresentada como uma marca do pertencimento religioso, sobretudo quando se enfatiza a espiritualidade. Sua abordagem permite, principalmente quando vista como expressão cultural, refletir sobre como os grupos religiosos têm se mobilizado – com ênfase naqueles de vertente declaradamente evangélica - quais estilos musicais são apropriados, como se relacionam com expressões culturais nacionais e internacionais diretamente ligadas ao universo considerado jovem, como são elaborados os bens e serviços oferecidos, que podem ser compreendidos como formas significativas, a exemplo da construção da *black music gospel* no Brasil, veiculando a ideia de cultura urbana, resultado de espaços, práticas, consumo de produtos e serviços que forjam uma sociabilidade juvenil.

É também relacionada a uma experiência religiosa, sendo adequada para apontar algo sobre o enunciar da identidade. Nas sociedades assinaladas pela interculturalidade e pela multiculturalidade, a identidade passa a ser multiétnica, poliglota, não restrita a um território, marcada pelo consumo de bens não circunscrito por fronteiras estáveis. As políticas culturais contemplam o patrimônio histórico, ocupando-se também dos bens e mensagens relacionadas aos grupos, aos povos, que lidam com os conteúdos que vagam entre comunidades, independentemente de sua localização e suas tradições. Neste cenário, o destaque não está na manutenção de uma identidade estabilizada, fundada localmente, mas em considerar a comunicabilidade e como as políticas culturais devem ser promotoras da diversidade (CANCLINI, 1995, p. 34).

Ao falar do *gospel*, o foco fica na *adoração* e no *louvor*, no fortalecimento da relação entre o ouvinte musical e o seu Deus. O fazer musical, bem como o pensar sobre ele – ambos enfatizam combinações e usos - podem pautar a discussão acerca das identidades contemporâneas, entendidas a partir da contextualidade e da diferencialidade. As formulações acerca da identidade e sua aplicabilidade, que sublinham algo a ser reinserido na construção da enunciação identitária, marcam, assim, a retomada de elementos que configuram operações

caracterizadas por contextualização (COSTA, 2002, p. 18).

Falando especificamente sobre as religiões de orientação protestante, sobretudo as evangélicas dita neopentecostais e seus jovens seguidores, os rituais musicais realizados favorecem a interação entre os participantes, a *internet* proporciona a audição musical, a troca de vivência religiosa e a interlocução sobre a experiência musical. Isso é possível porque os espaços de sociabilidade são caracterizados pela dignidade da diferenciação no interior do meio evangélico e fora dele o que, por sua vez, resulta da proximidade e expressão da cultura urbana.

A canção *gospel* moderna, item primordial das novas práticas litúrgicas, demonstra atender não só às demandas espirituais e emocionais, como também às exigências de mercado. Dentre as características da cultura *gospel* brasileiras há algumas apontadas por Cunha (2004, p. 276) destacam-se a inserção do cristianismo na modernidade por meio da sacralização do consumo e da intervenção midiática; a sacralização de gêneros musicais populares brasileiros e o emprego de práticas pentecostais, como a externalização da emoção nas reuniões coletivas.

3.4 A Música Como Elemento de Evangelização

O fenômeno *gospel*, sobretudo entre os jovens, tem sido observado como fator preponderante na substituição dos métodos tradicionais de evangelização por meios modernos e tecnicamente eficazes de divulgação do evangelho. Em contraste ao culto do protestantismo histórico, identificado pela racionalidade e solenidade, o culto caracteriza-se pela informalidade e liberdade às expressões emotivas, propiciando catarse individual e coletiva. Para Campos (1997, p. 68), o (neo)pentecostalismo tem manifestado na sua liturgia uma grande proximidade entre religião e espetáculo, com pouca distinção “entre culto e teatro, espetáculo de auditório e manifestação sagrada”. Desta forma, com sua acomodação ao mercado, o neopentecostalismo substitui a ética protestante de poupança por uma “ética de consumo compulsório” (CAMPOS, 1997, p. 176).

Quanto à introdução de música popular brasileira nos cultos evangélicos, esta pode ser entendida como uma adequação das igrejas ao pensamento pós-moderno no que tange à asserção da identidade local – musicalmente em conflito com os hinos herdados da tradição europeia – estimulada tanto por uma proposta de um nacionalismo tardio, quanto pela exigência de afirmação das idiossincrasias musicais de fiéis e músicos. A questão da emotividade e da liturgia festiva também pode ser relacionada ao contexto da pós-modernidade. Portanto, a proposta da renovação da prática litúrgico-musical do cristianismo está ligada ao estímulo das emoções e menos centrada no conteúdo doutrinário da fé. Segundo Freddi Jr. (2002, p. 78),

“[...] a busca por uma religião mais intensa e sensorial está além da assimilação de novos elementos das práticas religiosas pós-modernas”, e revela um fortalecimento de elementos místicos já existentes nas tradições do cristianismo. Há ainda a perspectiva de Dorneles (2002, p. 142) considerando que o uso indiferenciado de música popular na renovação litúrgica está provocando uma integração em grande escala entre o cristianismo e a cultura popular. Essa integração pode fragilizar os limites entre o sagrado, pertencente ao domínio religioso, e o profano, próprio do mundo secular e cotidiano.

Na atual configuração do *gospel*, observa-se que os efeitos da pós-modernidade também atingiram a cultura religiosa, neste caso, tendo como ponto de sustentação as novas práticas musicais. A descentralização religiosa ocasiona a incessante abertura de novas igrejas, quase sempre de caráter pentecostal, cujos líderes, ao perceberem que as igrejas que não adotam o *gospel* se atrofiam, fazem uso da música *gospel* para conservar os fiéis e buscar novos membros.

O notável crescimento do campo neopentecostal no Brasil está ligado aos traços da cultura *gospel* e sua visão teológica, mas também está aliada ao desenvolvimento da mídia evangélica no país. Essa indústria cultural é a grande fomentadora de uma “[...] teologia que enfatiza o valor superior do louvor e da adoração no culto” (CUNHA, 2004, p. 117).

Como consequências desse processo, Cunha (2004) relata ainda a modernização tecnológica que acompanha o canto congregacional, a apresentação de danças ou expressões corporais na liturgia, a proeminência das rádios e de outras mídias (programas de clipes musicais, revistas) evangélicas e a divulgação dos artistas *gospel* aos moldes dos artistas da cultura *pop*.

A diversificação dos estilos é mais que uma estratégia, um mandamento da contemporaneidade, que valoriza a identidade musical local, geralmente composta de gêneros antes considerados “impróprios” para a liturgia ou “impuros”, que compreendem as músicas populares ou de massa (CANCLÍNI, 1995 p. 145).

Estas propostas perpassam a renovação musical cristã, que se sustenta tanto na sacralização de gêneros musicais nacionais quanto nas tendências musicais populares de massa, estrangeiras ou não, num processo que acompanha a globalização, a diversidade e o pluralismo da sociedade pós-moderna.

Como qualquer outra arte, a música é uma forma de expressão em si mesma abstrata, que convida os ouvintes à fruição. O que a diferencia das demais é a sua imaterialidade, o fato de prescindir de palavras: os sons nada mais são do que um fenômeno físico, que por meio das ondas sonoras faz ecoar a música nos ouvidos dos indivíduos, mas a música como expressão é

desprovida de suporte material. Nenhuma arte expressa de modo mais intenso e adequado o sentimento religioso, o encontro com a espiritualidade, com o divino (LOUREIRO, 2015).

Após apresentadas as bases teóricas desta pesquisa, espera-se analisar o consumo musical do jovem que frequenta o ministério Arena Jovem da Sara em Aracaju, Sergipe, objeto do próximo capítulo.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

É primordial que seja estabelecida a relação próxima entre os estudos culturais e a realização de pesquisas de consumo com o intuito de estabelecer os devidos procedimentos metodológicos, observando quão importante é este filtro para galgar os possíveis resultados deste estudo.

Conforme salienta Lopes(1993, p.81):

Os estudos culturais permitem então uma problematização mais elaborada da recepção em que as características socioculturais dos usuários são integradas na análise não mais de uma difusão, mas de uma circulação de mensagens no seio de uma dinâmica cultural. O polo da reflexão é progressivamente deslocado [...] para os grupos sociais que estão integrados em práticas sociais e culturais mais amplas[...]. Pode-se finalmente integrar a abordagem cultural como fornecendo um quadro integrador para as pesquisas de recepção, com particular influência na América Latina.

Foi dentro da temática das *culturas populares* que uma teoria complexa e multifacetada começou a ser desenvolvida, tendo como eixos básicos de reflexão o deslocamento dos meios às mediações (MARTÍN-BARBERO, 1987) e os processos de hibridização cultural (CANCLÍNI, 1990).

Convém, a esse respeito, citar a revisão que faz Gomes (2004) acerca do tema:

Entender a cultura, o modo como ela se organiza nas sociedades contemporâneas, implica entender como se dão os processos comunicativos. A cultura, aqui, deixa de ser um sistema simbólico ordenado, com valores morais e instituições constituídas, e passa a ser compreendida como ocorrência dinâmica em processos comunicativos e sistemas de significação. Os objetos que circulam entre os sujeitos humanos são entidades construídas no âmbito da prática cultural e só neste âmbito adquirem seu valor (p.103).

As teorias sobre as audiências e consumo – utilizando métodos quantitativos, qualitativos ou ambos – centram-se na análise das mensagens como manifestação de um contexto cultural e na produção social do sentido fabricado no momento da recepção. Ao mesmo tempo, a recepção das mensagens é entendida como um ato social onde convergem contextos e práticas culturais e comunicacionais, fazendo-se, através da negociação, a definição da realidade social. Assim, é importante considerar as questões de identidade cultural: “[...] todos nós escrevemos e falamos desde um lugar e tempo particulares, desde uma história e uma cultura que são específicas” (HALL, 2003, p.116), ou seja, é preciso considerar o contexto sócio-histórico no qual os receptores estão inseridos.

Quanto ao método de coleta, os dados trabalhados são primários e secundários. Pela natureza desta pesquisa, vislumbra-se a necessidade desta combinação.

Senão, vejamos o que nos diz Fontanella *et al* (2011, p. 394) sobre a abordagem através da saturação teórica:

Buscar compreender fenômenos subjetivos (significados culturais e/ou psicológicos) não significa adotar, como por vezes se observa, uma postura “subjetivista”, que chega a desconsiderar triviais aspectos metodológicos e procedimentais sob o argumento de serem meras preocupações positivistas.

Ainda Fontanella *et al* (2008, p. 17):

Nessa técnica, o número de participantes é operacionalmente definido como a suspensão de inclusão de novos participantes quando os dados obtidos passam a apresentar, na avaliação do pesquisador, certa redundância ou repetição, não sendo considerado produtivo persistir na coleta de dados. Em outras palavras, significa que as informações fornecidas por novos participantes pouco acrescentariam ao material já obtido, não contribuindo de maneira relevante para o aperfeiçoamento da reflexão teórica fundamentada nos dados já coletados.

A noção mais objetiva de saturação teórica mostra-nos que:

Nenhum dado adicional é encontrado que possibilite ao pesquisador acrescentar propriedades a uma categoria. (...), isto é, (...) quando o pesquisador torna-se empiricamente confiante de que a categoria está saturada. (GLASER E STRAUSS, 1967, p. 65).

Neste tocante, chega-se ao ponto nevrálgico desta corrente, que é justamente a determinação do tamanho da amostra, onde se pode perceber que não é preciso grandes volumes de entrevistas a partir do instante em que se começa a observar a repetição das respostas, criando um padrão. Probabilisticamente, isto pode (e deve) ser levado aos demais representantes do universo pesquisado, de onde se aduz ser este o legítimo perfil representativo deste universo.

Sobre o tamanho da amostra em pesquisas qualitativas:

O tamanho da amostra depende das características do grupo que você está estudando, de seus próprios recursos (isto é, suas limitações legítimas de tempo, mobilidade, acesso e equipamento, etc.) e dos objetivos do seu estudo.(ANGROSINO, 2009, p. 68).

Constatou-se que, considerando as recomendações de não realizar menos do que 6 observações e de não estender além do limite de 12 o número de observações, com a prática de estreitar o foco, as categorias saturam quando o equivalente a um terço das observações já efetuadas não acrescenta novas propriedades (THIRY-CHERQUES, 2009, p.24).

Compreendido o escopo e todas as suas nuances, incluindo as dificuldades de acesso, foi recrutado um entrevistador, frequentador da Arena Jovem da Sara, graduado em

Comunicação Social, que realizou um total de 8 entrevistas durante a primeira quinzena de dezembro do ano de 2017, quando percebeu-se a repetição característica da saturação teórica.

A expressão saturação teórica foi inicialmente utilizada justamente por Glaser e Strauss (1967). É uma metáfora advinda da área físico-química, utilizada, nessas ciências, para descrever o comportamento de solutos junto a um meio solvente. Diz-se que uma solução está saturada quando a concentração do soluto é a máxima possível, considerando as condições físico-químicas em que esta solução se encontra.

A transposição desta ideia para a metodologia de pesquisa está baseada na assunção de que quando se coletam dados qualitativos ocorre igualmente uma transferência de materiais (no caso, significações psicoculturais), que passariam de seu meio original (aquele em que se manifestam as particularidades psíquicas e socioculturais de indivíduos ou grupos) para outro meio (aquele do pesquisador).

Certamente o pesquisador detém uma matriz teórica que lhe confere uma visão diferente sobre as particularidades de seus sujeitos de pesquisa e está imerso em suas próprias condições psicossocioculturais, das quais também poderá não estar plenamente consciente; entretanto, embora sejam meios diferentes, eles compartilham características.

A metáfora se configura quando se diz que o processo de coleta de dados se saturou teoricamente, ou seja, quando este pesquisador cogitou a ocorrência de uma espécie de descarte dos dados mais recentemente coletados, porque não mais contribuem para a elaboração teórica pretendida.

Na prática das pesquisas, é comum que o indicador de repetição dos dados seja utilizado para inferir esta redundância e decantamento (DENZIN, LINCOLN, 1994). Observe-se que “dizer” ou “cogitar” ter atingido tal ponto tem uma decorrência prática imediata, pois justificará a interrupção de captação de novos membros da amostra. Considera-se que, possível possivelmente, deve-se fazer uma tradução desta constatação para termos técnicos. Trata-se de um processo sobre dados advindos da empiria cuja objetivação não é feita de forma imediata, precisando o pesquisador explicitar os fatores que identificou como envolvidos na gênese da configuração teórica que realizou. Tal explicitação nos parece importante em razão de as pesquisas qualitativas estarem inseridas nas cátedras científicas e, mesmo que seus modelos interpretativos não se filiem de todo à tradição positivista, elas não estão isentas de ser avaliadas quanto ao rigor metodológico empregado em todas as suas fases.

Os principais argumentos que os definem, as metáforas possíveis, e exemplos a respeito das dimensões prática, metodológica, cognitiva e da dinâmica psíquica.

No tocante à dimensão prática, o processo ou os recursos disponíveis (como a escassez de tempo ou a opção por restrição da abrangência da pesquisa) podem dificultar ou impossibilitar o acesso a informantes ou a determinados dados.

Quanto à dimensão metodológica, pode acontecer de o objetivo geral do estudo ser restrito, o caráter exploratório dado à investigação ser pequeno, objetivando responder pontualmente a uma ou a poucas questões. Não há incapacidades, insuficiências ou características inerentes aos materiais (pesquisador/pesquisados) que os tornem pouco compatíveis, mas uma opção por restringir o que será utilizado de ambos como se dá. Quanto à dimensão cognitiva e da dinâmica psíquica, pode ocorrer que elementos advindos dos participantes não sejam apreendidos cognitivamente (por eles próprios e/ou pelo pesquisador), sendo mentalmente descartados, não absorvidos, rejeitados de antemão, e assim os modelos interpretativos existentes não são empregados em razão de limites pessoais do pesquisador.

Os indivíduos foram confrontados com roteiro de perguntas semiestruturadas, construído a partir de entrevistas individuais em profundidade onde o foco não estava apenas em valores sociais compartilhados, mas em questões íntimas da escolha pelo caminho X ou Y, visando entender o porquê desta decisão, através do que não é dito, mas pensado, sentido e demonstrado, ainda que em linguagem silenciosa (AAKER, 2010, p.210).

Respostas obtidas, foram interpretadas a partir do prisma de Hall (1973) visando apurar através do seu modelo de codificação e decodificação, em tradução livre do autor, elementos característicos de representação, identidade e consumo. Hall procurou explicar o processo de codificação e decodificação das mensagens e negar a participação simplesmente passiva das audiências na recepção. Sobre isto, é preciso compreender que há um instigante debate sobre o novo interesse pelo local e a nova articulação entre o global e o local, uma verdadeira dialética das identidades: entre novas identidades globais e novas identidades locais (Hall, 2005 p. 27), forçando possivelmente situações que levam ao reforço da alteridade e da sua representação, onde indivíduos acreditam ser diferentes em meio à massa e, acima de tudo, relevantes, sem deixar de lado o consumo que leva ao pertencimento, grande cimento social.

Durante a análise dos dados obtidos, levou-se em consideração a possibilidade de edição dos dados, visando observar omissões, ambiguidades e até mesmo erros nas respostas, ainda que estas sejam coletadas pelo pesquisador.

Frise-se, ainda, foram considerados os quatro elementos fundamentais a este tipo de ferramenta. São eles o pesquisador, o entrevistador, o entrevistado e o ambiente (AAKER, 2010 p. 251).

Neste trabalho, pesquisador e entrevistador não se confundem em um mesmo indivíduo,

o autor; o entrevistado está sendo escolhido de acordo com a disponibilidade apresentada por cada um e sua vontade de contribuir com este resultado; e o ambiente está sendo/será sempre o mais favorável à comodidade do entrevistado, seja em relação ao consumo do seu tempo, seja para deixá-lo mais à vontade, no intuito de não corromper esta importante tarefa de coleta de dados. Torna-se precípua deixar clara a importância da relação entrevistado-entrevistador uma vez que estes “interagem e, simultaneamente influenciam-se” (AAKER, 2010, p. 251) - neste tocante, o fato do entrevistador ser estudante de Comunicação Social e também seguidor da Sara, acabou por criar um ambiente mais amistoso para a coleta de respostas.

A análise dos dados coletados partirá dos seguintes parâmetros para estabelecer a devida compreensão destes (ESCOSTEGUY, 1998, p.92):

- posição dominante: quando o sentido da mensagem é decodificado segundo as referências da sua construção;
- posição negociada: quando o sentido da mensagem entra em negociação com as condições particulares dos receptores;
- posição de oposição: quando o receptor entende a proposta dominante da mensagem, mas interpreta-a segundo uma estrutura de referência alternativa.

Há ainda alguns elementos a considerar, segundo o estabelecido por Hall (1973), acerca de um certo tipo de decodificação ideológica e o pertencimento a um determinado agrupamento social. Por suposto, as decodificações e as reconstruções efetuadas pelos interlocutores podem ser pessoais e estão muito mais próximas das suas próprias histórias sociais, familiares e individuais.

Assim, é possível perceber a maneira como foi estruturado o roteiro de entrevistas (disponível no Apêndice), a fim de estabelecer a correta codificação e posterior decodificação, levando sempre em alta conta as premissas de representação, identidade e consumo contrapostas às posições dominante, negociada e de oposição sendo o resultado final desta pesquisa o cruzamentos e as interligações possíveis destes pontos em convergência ou divergência, entendendo como “o produto da interiorização dos princípios de um expediente cultural, capaz de perpetuar nas práticas os princípios do expediente interiorizado” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 118).

Destarte, este estudo visou elucidar o grau de interferência do ambiente religioso no discernimento dos indivíduos seguidores da Igreja Sara Nossa Terra, com idade entre 18 e 29 anos, segundo critérios da UNICEF(GOULART, 2007) ainda que estes não percebam e pensem estar agindo por conta própria, entendendo a religião como uma dos principais grupos de referência e de conduta, tendo ainda como objetivos específicos observar, por parte dos

seguidores da Sara Nossa Terra, se estes percebem a influência religiosa em seu cotidiano; e , ao final, apontar quais os caminhos que podem ser percorridos para abordar jovens evangélicos de forma não invasiva, respeitando de maneira não equivocada os seus preceitos.

Cabe aqui a ressalva de que um dos entrevistados, apesar de ter 33 anos e estar fora da faixa etária pretendida, foi encaixado também como objeto de análise por serem observados elementos possíveis de enquadrá-lo como jovem, como o fato de não trabalhar, não estudar, não ter filhos e ainda residir com os pais, sendo totalmente dependente deles, sobretudo do ponto de vista financeiro, conseguindo ser encaixado pacificamente nos preceitos de Reguillo (2003, p. 116), onde este determina a inconstância dos limites que fixam o comportamento jovem, alegando certos ritos de passagem entre fases, como casamento, nascimento de filhos e outros. Aduz Pimenta (2007, p. 132) ser adulto tem “a ver com aquilo que se faz, isto é, com práticas comumente associadas ao mundo adulto como trabalhar, pagas as contas, sustentar-se, ajudar a família, cuidar da casa (...), das crianças, *etc*”.

O próximo passo será, justamente, a interpretação dos dados.

5 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Para que seja possível explicar toda a “peregrinação” que resultou nesta pesquisa, é preciso um pequeno preâmbulo.

Inicialmente, houve um contato inicial com Daniel Mafort, filho do bispo responsável pela chegada e manutenção da Sara Nossa Terra em Sergipe – outrossim, Daniel Mafort é também vocalista e líder da Banda Verbalize (Figura 6) um dos principais expoentes da música gospel entre os jovens brasileiros, não somente sergipanos. Na conversa inicial, este mostrou-se aberto ao estudo e colocou-se à disposição para ajudar no que fosse preciso. Este primeiro encontro deu-se no dia 9 de março de 2017.

Figura 6 – Banda Verbalize



Fonte: Shazam.

Entretanto, houve por parte dele o pedido para ter acesso ao esboço do estudo no alegado intuito de entender melhor o escopo. No dia 3 de maio do mesmo ano, após conversa e liberação do orientador, foi enviado o texto inicial. A partir deste instante já houve a percepção de um certo estranhamento e afastamento, notadamente pelo uso de situações e expressões como “neopentecostal” e “teologia da prosperidade”- Mafort alegou que este era um rito exclusivo da

Igreja Universal do Reino de Deus, mas não vi problema nenhum em ostentar – foi esta a palavra utilizada, as benesses de Deus e do Espírito Santo.

Apesar de já começar a perceber a relutância na participação, a pesquisa tentou seguir por outros caminhos, como os encontros da Arena Jovem em algumas células e ainda através da assessora de comunicação de Robson Rodovalho, fundador da Sara Nossa Terra, Andrea Michael, cujo primeiro contato foi telefônico, migrando para a troca de mensagens eletrônicas a partir do dia 4 de agosto, ainda do ano de 2017. Novamente parece que o texto surtiu algum efeito indesejado porque todos os caminhos de acesso à informação foram fechados a partir de então.

Passou-se então à tentativa de conseguir, através do recrutamento de um seguidor da Sara Nossa Terra, realizar as entrevistas. Um estudante do curso de graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe colocou-se à disposição e conseguiu concluir no dia 10 de dezembro de 2017, totalizando 8 entrevistas, chegando-se à caracterização da saturação teórica, haja visto que as respostas tornaram-se repetidas o que, inclusive estatisticamente, é comprovado, termina por representar o todo, não sendo considerado este extrato irrelevante.

Quanto ao roteiro utilizado, as perguntas foram classificadas, a partir de sua abordagem e atmosfera correlata em padrões de identidade, representação e consumo, sendo 24 questões no total, em um tempo médio de 15' (quinze minutos) para a sua aplicação. As 24 perguntas foram classificadas da seguinte forma: 12 como sendo do grupo “identidade”, 5 da “representação” e 7 do “consumo”, embaralhadas estrategicamente para não causar estranhamento ao interpelado.

É válido ressaltar que esta categorização tomou por base os preceitos de Hall (1973) acerca de representação, identidade e consumo. O tempo aqui é preocupação premente para não cansar o entrevistado, nem fazer com que este sinta-se invadido em sua privacidade – conquistar e manter a atenção do respondente é um dos maiores desafios” (AAKER, 2010, p.335).

O questionário teve suas questões propositadamente elencadas de forma a não persistir em uma característica apenas, conforme pode ser observado no diagrama de cor incorporado a este. O entrevistado não terá acesso ao documento, a fim de que não haja a possibilidade de nenhum tipo de ruído. Este é um mecanismo utilizado pelo pesquisador para viabilizar as codificações e decodificações.

5.1 – A questão identitária

Uma das definições para identidade é “Consciência da persistência da própria

personalidade” (HOUAISS, 2001, p 1565). Assim, é possível depreendê-la como a força motriz avassaladora a partir da formação do indivíduo e de todos os elementos que coadunam para o incremento e fortalecimento desta perspectiva humana.

A busca de identidade é uma ânsia universal que a corrente evangélica busca suprir. A questão identitária é bastante aguçada dentro do movimento. Significa achar uma orientação única e definitiva, encontrar-se em meio à perdição mundana e garantir a salvação. Há todo um aparato de construção de uma nova identidade que se contrapõe às demais, consideradas até como “atitudes do capiroto”. Porém, para que esse processo aconteça de maneira eficaz, o movimento evangélico acompanha as mudanças do modo de pensar coletivo.

Nesta pesquisa, desejou-se entender até que ponto a Sara é percebida como constructo da identidade dos seus frequentadores. Para tanto, as questões direcionadas a este fim, tentaram captar um fragmento do contexto de vida dos entrevistados, a partir da miscelânea que forma a perspectiva de vida de cada um, seja por sua configuração familiar, seja por seus hábitos cotidianos ou mesmo nas interações com outros seguidores da Sara Nossa Terra.

Observou-se que a maioria ainda mora com os pais e, portanto, têm neles grandes possíveis influenciadores de suas decisões, apesar de muitos ainda também trabalharem e estudarem e, com absoluta relevância, há também um percentual significativo daqueles cujas famílias são frequentadoras da Sara, transmutando-as em fator de influência com força redobrada, entendendo família e religião como importantes grupos de referência.

Cabe aqui a ressalva de que o fato da família frequentar a Sara necessariamente significa que os entrevistados escolheram a denominação religiosa por interferência apenas desta, destacando que no estrato analisado há algumas outras referências ao fato de familiares serem cristãos, o que significa seguir outra corrente que não a do Bispo Rodovalho – no meio evangélico, costuma-se denominar como cristão apenas aqueles que seguem a corrente evangélica, onde qualquer outra passa a ser condenada ou classificada de outra forma. É preciso, portanto, resgatar o fato da família ser um dos principais grupos de referência do indivíduo, criando argumentos, possivelmente até subliminares, para que jovem seja introduzido e ambientado no meio evangélico.

Apesar de envolvidos nessa cultura onde o valor das coisas se mede pelo seu preço, há possivelmente dimensões na vida onde os bens trocados não se fazem via moeda ou mesmo não se fazem via equivalentes. Relações familiares, afetivas, de amizade, de solidariedade, dentre outras se manifestam permanentemente, sendo ações vividas como rejeição do interesse, do cálculo egoísta, por mais mergulhado que esteja o indivíduo em um ambiente crônico e calculista. Assim, analisar as interações em ambientes densos, complexos, como os de

atmosfera religiosa, pressupõe considerar suas diferentes possibilidades de ocorrência que, de forma ampla, podem ser classificadas à dominante em utilitaristas (baseadas no interesse) e não-utilitaristas (relações desinteressadas), portanto sujeitas a ordens diversas, havendo ainda uma gama de possibilidades para entender este ambiente social. Estas possibilidades podem ser abordadas por variados recortes passando pelos níveis econômico e sociocultural, pela faixa etária, etc.

Estas vivências – meios religiosos e não religiosos - são diferenciadas ainda conforme o meio social e cultural de origem, a situação escolar (natureza da formação e nível de desempenho) e o sexo. Assim sendo, o período da juventude torna-se algo palpável e passível de uma reflexão sociológica considerando o processo escolar, ou a sua ausência, a presença dos pais e dos grupos de amigos ou companheiros, cujas propriedades socioculturais são, de certa forma, homogêneas, especialmente no que se refere aos padrões estéticos e de gosto, que se associam a um padrão do grupo de companheiros. Padrões estes experimentados como aquele que, inicialmente, os diferencia dos pais ou de gerações mais velhas, inserindo-os num universo próprio. Este contexto relacional define a vida cotidiana da juventude naquilo que ela tem de identitária e de modelo. Fase transitória que é, a juventude move-se em um cenário fluido onde as influências são diversas e as rotineiras relações inter e intrageracionais têm o papel de trazer aos jovens para um mundo codificado, num processo de paulatina incorporação de valores. Trata-se de um fenômeno onde indivíduo e sociedade se movem em ambientes fluidos, tensos, como é a construção das identidades individuais. Estas, por oportuno, desenvolvem trabalhos de evangelização e integração dos jovens com atividades coletivas, tipo, cultos, corais, trabalhos voluntários, atividades culturais, excursões, etc. Independentemente de outras coisas, é evidente que essas práticas coletivas configuram, antes de tudo, o sentido de um pertencimento a um grupo que se permite reconhecer numa tradição. Fazem, sem dúvida, um elo entre esses jovens e outros grupos adeptos das mesmas práticas, muitos deles vistos em programas televisionados em canais de propriedade das próprias Igrejas. Interessante este recorte, sobretudo pela presença marcante de valores sagrados, tais como Deus, Jesus, a família, enfim. Nestes contextos fragmentados, com estímulos diversos e muitas vezes não decodificados, a religião termina oferecendo explicações sobre quem é o indivíduo e qual pode vir a ser a sua real função social enquanto membro de determinada congregação religiosa.

A imagem da juventude produzida pelo mundo adulto é aquela produzida pelas diversas ciências, pelos meios de comunicação de massas, pelas representações cotidianas, etc. As ciências modernas assumem uma importância crucial para se compreender a imagem da juventude formada pelo mundo adulto. A modernidade traz consigo um processo de

cerceamento político, policial, moral, empírico e científico do indivíduo. As ciências médicas e a psicologia buscam uma definição exaustiva, detalhada e objetiva das fases de maturação desse indivíduo, bem como propõem métodos de acompanhamento apropriados a cada fase dessa evolução do indivíduo à maturidade ou idade adulta. Trata-se do fenômeno de ‘naturalização’ e objetivação das faixas de idade pelas técnicas sociais e pelas ciências médicas e humanas, que enfatizou principalmente a infância e a juventude (GROPPO, 2000, p. 59).

Torna-se mister ainda traçar um panorama de compreensão para entender o ambiente onde estão inseridos os entrevistados, percebendo o cenário familiar destes, bem como o contexto em que vivem, inclusive financeiro, seus agrupamentos familiares, visto que praticamente metade daqueles que moram com os pais, trabalham e ajudam na despesa doméstica. Talvez isto ajude a explicar mais adiante a necessidade do compartilhamento das decisões de consumo. Interessante ainda retomar a todo instante que estes indivíduos não venceram ritos sociais de passagem, como casamento, filhos e outros meandros da chamada vida adulta (PIMENTA, 2007).

No campo dos Estudos Culturais, a constituição da identidade pode ser vista considerando-se a análise que Hall (2005) faz do sujeito ao longo do tempo, qual seja, do Iluminismo à pós-modernidade. Para o autor, é possível depreender três tipos de identidade: a do sujeito do Iluminismo, que era totalmente centrado e dotado de razão; a do sujeito sociológico, constituído na relação com os outros; e a do sujeito pós-moderno, que “assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente” (HALL, 2005 p. 86), já que o sujeito moderno é fragmentado. Nesse sentido, a tônica é a construção dos sujeitos no discurso frente às práticas discursivas, em um processo de transformação e de mudanças na identidade social.

Ao nos levar a refletir sobre as relações entre identidade e globalização, Hall (2005) brinda-nos ainda com a visão de que na pós-modernidade o processo de globalização, ainda que tenha tentado homogeneizar o mundo e integrar comunidades, criou algumas contradições. A homogeneidade levou-nos ao fascínio pela diferença. Assim como há o interesse pelo global, há também o interesse por aquilo que é local, onde são produzidas diversas identificações. Logo, afirmar a existência de um apelo a uma identidade única frente ao mundo globalizado, que tende a homogeneizar a cultura e as relações sociais, é também entrar em um terreno de negociações e movimentos de resistência em defesa de valores culturais particulares, aludindo à cultura compartilhada, ou seja, as identidades culturais refletem as experiências históricas comuns que fornecem quadros estáveis, imutáveis e contínuos de referência e de significação na sociedade.

Há ainda que se mostrar relevante o processo de diferença significativa que constitui o ser e o tornar-se de cada indivíduo. Neste caso, as identidades são objeto de transformações constantes, observando a necessidade de considerar não apenas a identidade pura e simplesmente, mas a construção identitária como um processo não estanque. A construção das identidades e os elementos nela articulados estão intimamente vinculados às condições de existência, à cultura e às relações sociais nas quais o indivíduo ou grupo encontra-se. Logo, as formas de agir orientam o processo de apreensão do mundo social, tendo em vista que eles se dão em sociedade e são também moldados por ela.

Neste tocante, insere-se a possível negativa de compra/aquisição de assinatura plataformas digitais pagas que, por força da necessidade de amparo financeiro à família, são abortadas, ainda que haja o desejo de acesso mais abrangente aos conteúdos das plataformas de *streaming*, não disponibilizado nos formatos mais simples oferecidos pelos canais digitais. Este fato torna-se ainda mais relevante ao se perceber que estes mesmos jovens, incluem as pessoas mais próximas da igreja que frequentam ou mesmo os pastores, como importantes em suas decisões, considerando-os como extensão da família primitiva.

A Jovem 1, 18 anos, ilustra bem isto ao relatar que “costuma partilhar suas decisões com amigos e com a família e antes de comprar alguma coisa busca as opiniões de seus pais, avós e líderes (pastores).

Senão, vejamos o que diz a Jovem 2, 22 anos, “costumo partilhar minhas decisões, inclusive de compras, com meus pais, que também frequentam a Sara”. Mesma situação alegada pelo Jovem 4, 20 anos.

Já nas raras vezes em que não há esse compartilhamento declarado, percebe-se que a família não é adepta de nenhuma religião ou frequenta denominações condenadas pela corrente evangélica, como o Espiritismo. A Jovem 3, 29 anos, afirma categoricamente “minha família não é cristã (sic), então prefiro partilhar minhas decisões com meus irmãos em Cristo”, ou seja, com os também evangélicos, pressupondo-se um alinhamento de perspectivas.

O relato da Jovem 3 retrata de maneira *sine qua non* a influência da igreja sem seu modo de vida e em suas decisões acerca do mundo à sula volta. Mesmo reconhecendo sua família como sua origem, não reconhece nela eco para seus atos, criando uma estrutura psicológica paralela, em que busca os seus pares o apoio – esta reflexão é emblemática, sobretudo sob o ponto de vista da reflexão acerca da questão identitária levantada por Hall (1973), ao estabelecer claras “regras de competência e uso”, em tradução livre do pesquisador (p. 16).

Ainda sobre identidade, todos os entrevistados declararam-se heterossexuais e, ao menos no discurso, fiéis seguidores dos preceitos religiosos que abarcaram. Quase a totalidade

dos entrevistados ainda mora com os pais, ainda que tenha constituído um novo núcleo familiar (esposa/esposo e filhos) e quase todos residem em imóvel próprio há mais de 5 anos, ainda que em bairros afastados do centro da capital sergipana. A maioria trabalha, mesmo que com pouca idade e conhece a Sara através de amigos.

Via de regra, a família não frequenta a mesma igreja, ainda que muitos apontem ter os pais também cristãos. Muitos frequentam a Sara cerca de 3 vezes por semana, se dedicando não apenas às células, mas aos demais trabalhos de evangelização – salta aos olhos que nenhum citou a realização ou participação em trabalho beneficente, mas apenas no âmbito da doutrinação. Como já citado, todos declararam ler a Bíblia ao menos uma vez ao dia, sobretudo em meios digitais, sendo este recurso presente sob alegada comodidade.

Corroborando para a manutenção de sua identidade, novamente quase todos são oriundos de famílias ditas cristãs (que seguem algum preceito religioso de cunho evangélico), mas poucos foram originariamente introduzidos na Sara Nossa Terra, alegando que ao conhecer o trabalho da igreja, se viram nela representados, seja por sua dedicação ao público jovem, seja pelo ambiente descontraído que ali encontraram para exercer a sua fé e “se aproximar de Jesus”, como relatou a Jovem 7, 16 anos.

Neste ponto, é preciso destacar o trabalho eficaz da Sara Nossa Terra com a criação da Arena Jovem, célula/setor preparado especificamente para este público, e ainda o seu uso adequado das redes sociais para mantê-lo cativo, disseminando os seus credos de forma a não parecer uma imposição, onde a fé notadamente constitui-se em mercadoria apresentada em embalagem largamente elaborada para consumo imediato e constante.

Assim, a imagem da juventude é aquela do indivíduo incompleto que se completa quando se integra totalmente na sociedade (mercado de trabalho, instituições sociais, responsabilidades sociais) e daí a concepção de juventude como mera transição, um período que deve ser ultrapassado e substituído pela maturidade da idade adulta. Este modelo encontra correspondência com o desenvolvimento cronológico e biológico dos indivíduos, e assim se vê confirmado e naturalizado. A juventude, neste caso, é jogada em determinadas relações sociais, voltadas para sua ressocialização, através de determinadas instituições (escola, associações, etc.) e recebe do mundo adulto uma imagem determinada. É neste contexto que a juventude cria sua autoimagem, sua identidade.

A identidade da juventude, assim, não é exatamente a imagem produzida pelo mundo adulto. No entanto, este também trabalha sobre tal identidade, reinterpretando-a. Esta reinterpretação da identidade da juventude pelo mundo adulto, especialmente pelas ciências modernas, abarca a rebeldia e ambigüidade da juventude, fornecendo-lhe uma naturalização,

isto é, coloca nos seus quadros de referência aquilo que tal quadro não consegue explicar e por isso naturaliza os elementos que fogem de sua explicação, através da naturalização da “desnaturalização” contida na rebeldia e ambiguidade dos jovens. A rebeldia e ambiguidade são reinterpretadas como sendo um produto natural da idade, do desenvolvimento biológico, etc

5.2 Representação

Para Weber(2014), as estruturas sociais são formadas por uma complexa rede de interações individuais, sendo o sujeito social o fio condutor das relações e das representações, é quem estabelece a conexão entre o sentido e o motivo da ação, onde a ordem social submete os indivíduos como força exterior a eles. A ação social, portanto, é a conduta humana dotada de sentido subjetivo, cada sujeito age levado por um motivo que é dado pela tradição, por interesses racionais ou pela emotividade. O motivo que transparece na ação social permite desvendar o seu sentido, que é social na medida em que cada pessoa age levando em conta a resposta ou reação de outros.

Ainda a partir dos escritos de Weber(2014), é possível depreender que as representações sociais estão associadas tanto ao conjunto de ações individuais dotadas de sentido, quanto pelo ato de representar um grupo, eivando a representação social sobretudo das relações permeadas de sentido subjetivo, uma vez que é pela interação entre os indivíduos que esta se desenvolve, estabelecendo conjuntos de ações.

Ressalte-se, ainda, que Bourdieu(2015 p. 33) trata a religião como um sistema simbólico pelo qual se opera a ordenação lógica do mundo natural e social. A religião, desta forma, faz junção ideológica pela qual se opera a transfiguração das relações sociais em relações sobrenaturais, inscritas na natureza das coisas e, portanto, justificadas:

É com essa perspectiva que a eficácia simbólica da religião “contribui para a imposição dissimulada dos princípios de estruturação da percepção e do pensamento do mundo, e em particular do mundo social, na medida em que impõe um sistema de práticas e de representações cuja estrutura objetivamente fundada em um princípio de divisão política apresenta-se como a estrutura natural-sobrenatural do cosmos.”

No tocante à representação, é avassalador como todos os indivíduos participantes descrevem o final de semana dedicado às atividades da igreja, não citando nenhuma outra forma de lazer e/ou ocupação do tempo. Mesmo aqueles que dizem estudar aos finais de semana,

parecem fazê-lo em menor intensidade, se comparada a dedicação que estes reservam à Sara Nossa Terra. Ainda sob o prisma da representação, todos alegaram ouvir música ao menos uma vez ao dia, sempre por meio do celular, havendo relevância para o consumo de música Gospel, sobretudo de nomes sergipanos, como Fernandinho (Figura 7) e Peterson do Carmo (Figura 8) – aqui cabe a explicação que estes artistas, apesar de pertencerem ao universo Gospel, não são da Sara, mas da Igreja do Evangelho Quadrangular.

Figura 7 - Fernandinho



Fonte: Wikipedia Commons.

Figura 8 – Peterson do Carmo



Fonte: YouTube

Causou estranheza a este pesquisador a quantidade menor de citações de Daniel Mafort, filho do bispo Mafort, que trouxe a Sara para Sergipe, e de sua banda, a Verbalize (cuja área de

atuação é mais ampla do que se poderia esperar de uma banda vinculada a uma Igreja, como mostra a Figura 9). Daniel é naturalmente um líder junto aos jovens frequentadores da Sara Nossa Terra em Sergipe, seja pelo posto que ocupa, seja justamente pelo fato de ser filho do principal líder da entidade na região, sendo portanto admirado e tido, possivelmente, como espelho-referência.

Figura 9 – Post da Banda Verbalize na sua página do Facebook



Fonte: Página do Facebook da Banda Verbalize.

Ainda sobre representação, cabe o destaque extremamente relevante do YouTube, plataforma de vídeos da Google, como forma de acesso e compartilhamento dos gostos musicais dos indivíduos.

Quando questionados, estes alegam que isto se deve à facilidade de acesso aos artistas desejados e ainda às associações feitas pela rede com a indicação de artistas do mesmo nicho – aqui cabe a ressalva de que estas indicações não são necessariamente orgânicas/relevantes, mas passíveis de comércio da plataforma através de quesitos como similaridade. Este movimento pode alertar para o fato de que o indivíduo, apesar de se imaginar livre para fazer as suas escolhas, as faz de maneira induzida, com opções devidamente formatadas, e regamente pagas, para o seu perfil.

Outra característica interessante de ser levantada é que quase todos consideram o YouTube uma rede social, apesar de não parecer ter sido criado necessariamente para este fim. Nenhum entrevistado soube ou quis citar o seu perfil utilizado para compartilhar conteúdo nas redes sociais, impossibilitando a verificação do conteúdo, não havendo como comparar o que foi dito do que aquilo realmente feito. Um dado que corrobora este resultado é trazido por

Julio(2018), dando conta de que 85% dos jovens utilizam a plataforma de vídeos e a consideram substancialmente para decisões de consumo, de acordo com a *Pew Research Center*, realizada em abril de 2018.

Via de regra, todos admitiram em algum instante do cotidiano consumir música, sendo as plataformas digitais apontadas não somente para este fim, como também para a leitura diária da Bíblia ou se escritos a partir desta. Neste ponto, observa-se a participação mais ativa dos mais jovens nos meios digitais, seja pela familiaridade com os *gadgets*, seja pela necessidade premente destes.

Em uma breve nota, este pesquisador acredita ter sido o ambiente da igreja favorável para a aceitação em participar das entrevistas, mas a quantidade de alusões ao universo gospel parece ter sido cômoda aos olhos dos pares. Talvez, em um outro ambiente, estas alusões acabariam sendo reduzidas consideravelmente. Senão vejamos o caso da Jovem 7, 16 anos, que citou os ritmos mais escutados e os nomes de alguns cantores. Depois, questionada sobre músicas gospel, ajustou sua resposta alegando que todas as vertentes citadas são sempre dentro deste espectro.

Caberia aqui tranquilamente a repetição da abordagem, a fim de evitar possíveis interferências e induções, mas a entrevista não foi repetida em ambiente externo justamente pela dificuldade de acesso encontrada.

Outrossim, cabe-nos avaliar justamente o grau de incidência do filtro religião na vida do indivíduo, podendo direcionar seu comportamento e suas escolhas.

5.3 – O consumo de música

No tocante às características de consumo, há uma clara divisão entre acessar plataformas pagas de música e utilizar apenas aquelas sem custo fixo. Há ainda a evidência da igreja como ponto de acesso às novidades do meio musical.

Ampliando o espectro do consumo, os entrevistados em sua totalidade citaram os dois *shopping centers* da capital sergipana, poucos citaram o centro comercial da cidade e nenhum citou o shopping center da cidade de Nossa Senhora do Socorro, na Grande Aracaju. Todos disseram compartilhar em algum momento as suas escolhas com familiares, mas novamente há o destaque para a importância dos irmãos seguidores da Sara neste tocante, evidenciada na narrativa de alguns. Quase todos partilham o carro da família para deslocamento, com grande citação ainda de carros de aluguel (táxi e aplicativo Uber) ou ainda do transporte coletivo. O carro próprio aparece sem grande relevância, o que leva a crer em um grupo formado

essencialmente por pessoas da chamada classe média baixa, cruzando os dados de moradia, quantidade de pessoas residentes, posse de automóvel, locais onde faz compras com frequência, etc.

Destarte, uma informação relevante é, sobretudo, o compartilhamento de decisões, inclusive de consumo, com membros e/ou lideranças da igreja, o que talvez consiga explicar o comportamento exageradamente pudico levantado pelo pesquisador, havendo a quase necessidade de prestação cotidiana de contas, em um modelo inquisitório dos tempos atuais.

Esta possibilidade, por suposto, explique ainda o próximo gráfico, recorte interessante do cruzamento entre consumo e representação, onde as características comumente associadas aos jovens aparecem com relevância, inclusive pelo consumo de ritmos não tradicionalmente ligados ao universo da música religiosa.

Macedo (2006), em estudo semelhante, afirmou:

Vários aspectos do comportamento do consumidor como, por exemplo: constância na compra, recomendações do produto a outros consumidores, listagem dos comportamentos preferidos, crenças, avaliações e intenções são relacionados com atitudes. As atitudes resultam de processos psicológicos e não são diretamente observáveis, mas podem ser deduzidas a partir do que as pessoas dizem ou fazem.

É possível perceber que a essência juvenil não é descartada, apesar de mantidos os preceitos religiosos. Torna-se mister observar isto como fenômeno cultural e social onde com o intuito de manter sua identidade, muitas denominações passaram a negociar a introdução de novos modelos culturais.

Um detalhe deveras interessante é a disparidade observada nas citações ao filho do bispo precursor da Igreja Sara Nossa Terra em Sergipe, Daniel Mafort, líder da Banda Verbalize. A banda tem composições que normalmente poderiam ser classificadas como rock progressivo. Imaginava-se inicialmente, antes da aplicação das entrevistas, um índice maior, seja por ser ele filho do grande líder local da igreja, seja por seu perfil corroborativo de como se apresenta publicamente, com grande número de tatuagens e um figurino que se pretende aspiracional para o público da faixa etária analisada. O cantor foi o menos citado, apesar do expressivo percentual de 37,5%.

Em contrapartida, Peterson do Carmo, cantor local também pertencente à Sara, alcançou 87,5% das citações, sendo de longe o mais lembrado e, possivelmente, ouvido pelos entrevistados. As canções do artista são algo muito próximo a baladas românticas, exaltando as virtudes daqueles que “escolhem seguir o Senhor”. Importante frisar o aparato por trás do nome, com sítio eletrônico próprio e álbuns disponibilizados em plataformas de *streaming* com profissional dedicado a este fim.

Na sequência decrescente das citações, tem-se:

Fernandinho: Ligado à Igreja Batista de Campos, no Rio de Janeiro, é um dos grandes nomes da música Gospel brasileira, tendo algumas canções regravadas em outras línguas.

Ministério Morada: grupo que entoa baladas Gospel, com quase 40 milhões de visualizações no YouTube.

Alessandro Vilas Boas: um dos fundadores da igreja evangélica chamada Ministério One, que vem crescendo rapidamente justamente por seu apelo juvenil. “Uma igreja de jovens pra jovens”, como denomina o cantor-pastor.

Arena Louvor: é uma banda de louvor e adoração do segmento pop/rock cristão, oriunda do movimento Arena Jovem, da Igreja Sara Nossa Terra.

A tabela a seguir detalha estas citações, desconsiderando todas as que ficaram abaixo dos 30%, indo do maior para o menor e destacando em negrito os produtos musicais oriundos da própria Sara, mas não necessariamente comercializados pela Sara *Music*, o selo fonográfico da igreja.

Ainda sobre consumo, frise-se que todos os artistas apresentados na lista dos mais citados têm perfis em plataformas de *streaming*, como o *Spotify*. Apesar desta plataforma, especificamente, oferecer alguns pacotes de pagamento no formato família, em que até 5 pessoas podem acessar com a mesma assinatura, ainda assim torna-se supérfluo diante das demais obrigações financeiras a que estes jovens estão submetidos. Talvez isto explique o número expressivo de citações acerca de acessos ao *YouTube*. Apesar de ser esta plataforma, em sua essência, dedicada a vídeos, os jovens tendem a acessá-la para ouvir música, inclusive no ambiente de trabalho.

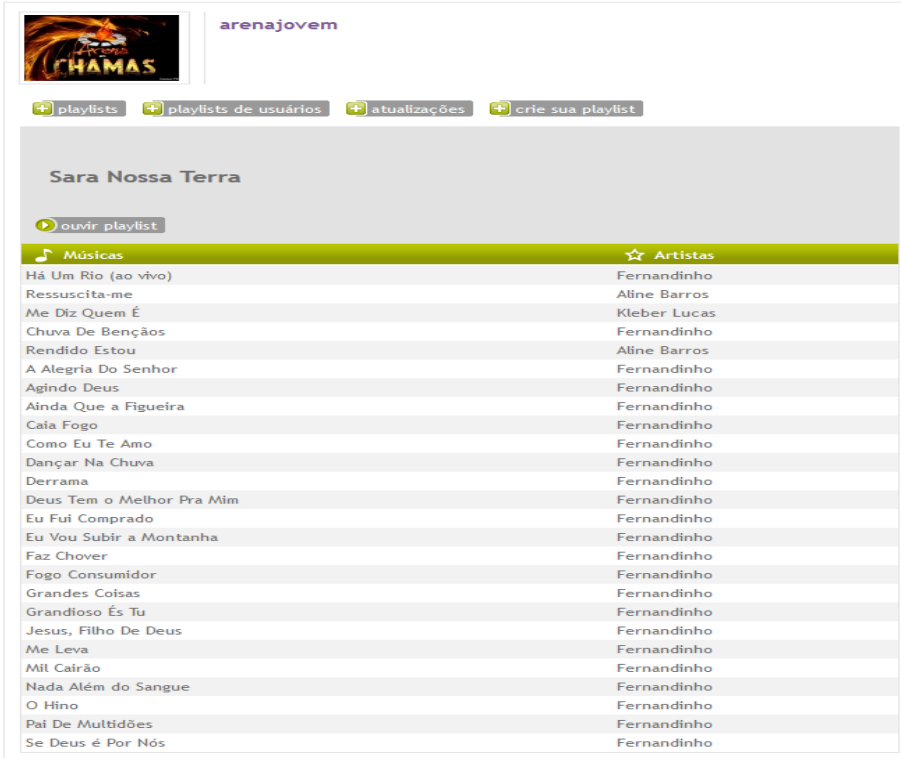
NOMES CITADOS	FREQUÊNCIA(%)	CATEGORIA	RITMO
PETERSON DO CARMO	87,5	Nacional/Local	MPB
FERNANDINHO	62,5	Nacional/Local	MPB
MINISTÉRIO MORADA	62,5	Nacional	MPB
ALESSANDRO VILLAS-BOAS	62,5	Nacional	MPB
ARENA LOUVOR	50	Nacional	Pop/Rock
HILLSONG	50	Internacional	Pop/Rock
DANIEL MAFORT	37,5	Nacional/Local	Rock

Tabela 1: Artistas/Bandas mais citados Fonte: Do próprio autor

Outro dado importante é que uma das *playlists* divulgadas para frequentadores do

ministério Arena Jovem, é majoritariamente composta por músicas de Fernandinho, como pode ser observado na Figura 10, com a lista das principais canções ouvidas e/ou buscadas relacionadas à Arena Jovem..

Figura 10 – *Playlist* – Arena Jovem



Músicas	Artistas
Há Um Rio (ao vivo)	Fernandinho
Ressuscita-me	Aline Barros
Me Diz Quem É	Kleber Lucas
Chuva De Bençãos	Fernandinho
Rendido Estou	Aline Barros
A Alegria Do Senhor	Fernandinho
Agindo Deus	Fernandinho
Ainda Que a Figueira	Fernandinho
Caia Fogo	Fernandinho
Como Eu Te Amo	Fernandinho
Dançar Na Chuva	Fernandinho
Derrama	Fernandinho
Deus Tem o Melhor Pra Mim	Fernandinho
Eu Fui Comprado	Fernandinho
Eu Vou Subir a Montanha	Fernandinho
Faz Chover	Fernandinho
Fogo Consumidor	Fernandinho
Grandes Coisas	Fernandinho
Grandioso És Tu	Fernandinho
Jesus, Filho De Deus	Fernandinho
Me Leva	Fernandinho
Mil Cairão	Fernandinho
Nada Além do Sangue	Fernandinho
O Hino	Fernandinho
Pai De Multidões	Fernandinho
Se Deus é Por Nós	Fernandinho

Fonte: Kboing 2018.

Os acessos às plataformas acontecem via de regra através de dispositivos móveis, sempre com a alegação de busca por lugares que ofertem sinal *wi-fi* de qualidade, sobretudo em ambientes de trabalho, quando possível.

Outra análise a ser feita diz respeito ao consumo de músicas em outros idiomas, que não o Português. A Jovem 3, 29 anos, estudante de Pedagogia, ilustra bem este ponto ao afirmar não entender nada em Inglês e criar rejeição a partir disto. Pelo perfil dos entrevistados, apesar de alguns estarem cursando o nível superior, o acesso a outras línguas é comprometido, possivelmente, pela renda familiar esparsa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A secularização do mundo moderno implicou a privatização também da religião, sobretudo no cenário brasileiro, transformando-se em uma questão mais individual que coletiva. Não obstante, à guisa da globalização favorecer essa privatização, proporciona também um campo fértil para a renovação da influência pública da religião. Os fiéis se sentem parte de um grupo e, portanto, estabelecem, tacitamente, um compromisso coletivo, de tal forma que o afastamento de normas religiosas poderá trazer consequências negativas à vida do indivíduo.

Nas correntes evangélicas e/ou protestantes, o relacionamento do fiel com Deus é algo íntimo e individual, único e intransponível, direto e personalizado, contrapondo-se, por exemplo, à coletividade do catolicismo romano. Apesar de existir o pastor como a figura do líder, este não tem a função de ser também o intermediário ungido pelo Altíssimo para ditar regras e distribuir a salvação, revelando a importância do indivíduo frente ao divino, onde este constrói a sua relação com Deus à sua maneira.

Entretanto, o indivíduo se identifica e busca identificar-se com seu grupo, sentindo-se parte dele e reproduzindo comportamentos espontaneamente. Assim, essa experiência tem um sentido coletivo e tudo que não pertence ao grupo é considerado extremamente negativo. Há uma valorização pessoal que se dá através da negação dos valores vigentes. É o tornar-se diferente dos demais. É o fazer parte de uma comunidade distinta, não sendo possível, entretanto, abstrair totalmente das culturas locais e seculares, porque um movimento nesse sentido poderia limitar a quantidade de seguidores de uma denominação religiosa. Por conta disto, evangélicos tendem a incorporar elementos mundanos às suas práticas, mantendo alguns hábitos, inclusive de consumo, mas revestidos por uma atmosfera sacra – exemplo disto são ritmos genuinamente *underground*, em teoria, como o rap e o funk, convertidos ao ambiente gospel. No entanto, somente o entendido, é absorvido. Assim, padrões que não podem ser assimilados são substituídos por outros, facilitando o grau de absorção da comunidade e dando origem possivelmente a um novo modelo de identificação que os distingue dos chamados não cristãos e os tornam coesos, reconhecíveis entre si. Nesse sentido, Canclini(1995, p.62) lança uma luz sobre este raciocínio lembrando-nos que essa visão socioantropológica mais nítida do cenário emerge quando há a clara percepção da lógica existente na determinação daquilo que satisfaz ou não as necessidades individuais, ressaltando que não a fartura, mas a escassez desses bens é que determina o seu grau de importância, fazendo com que alguns tenham acesso e outros tantos, não.

Em uma outra perspectiva, o sucesso das correntes evangélicas neo e pentecostais deve-se em boa parte, sob o ponto de vista deste pesquisador, à sua adequação aos problemas do povo brasileiro, como emprego e saúde, tendo como forte nuance o assistencialismo. As igrejas visam, sobretudo, ocupar um espaço fundamental vago, fruto da inoperância do Estado brasileiro. Inúmeras são as denominações religiosas que abarcaram a chamada teologia da prosperidade, prometendo aos indivíduos soluções mais instantâneas para as agruras do cotidiano. Mariano (1996), sobretudo, lembra-nos que a grande questão é se a narrativa do apelo à prosperidade terá força a longo prazo, sendo a solução para os problemas dos fiéis pontual, o grande desafio será mantê-los engajados por um longo período, temendo que a euforia inicial com as conquistas com e a partir da religião não sejam perenes.

Outro temor diante do avanço substancial do poder evangélico, é a provável impossibilidade de se manter a laicidade, em que o poderio financeiro de grupos religiosos, aproveita influência sobre os fiéis, para ditar regras de comportamento, do mercado, da economia.

Este estudo consegue lançar um facho, ainda tímido, de luz sobre a interferência direta que as igrejas têm sobre seus seguidores. Ainda que estes não percebam, ou aleguem não perceber, seguem ritos, ensaiam costumes, reproduzem discursos e compartilham experiências entre seus pares, inferindo a atmosfera religiosa neopentecostal acaba por influenciar sim os indivíduos, mesmo que estes mantenham uma posição firme de negativa desta prerrogativa.

Os resultados aqui apresentados conseguem apreender como e quais são as escolhas dos jovens seguidores da Igreja Sara Nossa Terra ao apresentar as bandas e músicos mais ouvidos, atendendo ao objetivo geral desta pesquisa, mas levantando uma sombra de dúvida acerca do local de coleta dos dados que, segundo o pesquisador, poderiam ser distintos, ou não, caso fossem colhidos em ambiente alheio à igreja, onde os entrevistados, quiçá, conseguissem se sentir mais à vontade pra falar sobre outras possíveis escolhas. Sob outro prisma, esta situação da ambiência corrobora para a desejada mensuração da interferência dos preceitos religiosos nas decisões de consumo dos indivíduos por caracterizar a força avassaladora, porém silenciosa, que a doutrina exerce sobre estes.

Há, sem dúvida, espaço para ampliação do escopo e aprofundamento do estudo em universo tão rico. Entender o público jovem deste segmento pode significar o atendimento a um nicho não totalmente explorado. Todavia, com o tempo adequado para a utilização de tal método, sugere-se a observação participante de viés etnográfico, comparando decisões e comportamentos de consumo de modo mais abrangente, quiçá em países distintos, entendendo

como o ambiente cultural e social do indivíduo ajuda na percepção da influência do grupo religioso em suas atitudes e em seu cotidiano.

Assim, mesmo com as possíveis barreiras de acesso aos integrantes das igrejas evangélicas, poder-se-á estabelecer um perfil de consumo abrangente, satisfazendo inclusive o mercado formal na ânsia pela conquista e fidelização dos mais variados *targets*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AAKER, David A. *et al.* **Pesquisa de marketing**. São Paulo:Atlas, 2010. 752p.
- ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante**. São Paulo: Artmed, 2009. 130p.
- ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986. 279p.
- BAUMANN, Zygmunt. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.110p.
- BLEDSON, David A. **Movimento neopentecostal brasileiro**: um estudo de caso. São Paulo: Hagnos, 2012. 198p.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero. 1983. p. 112-121.
- _____. **A economia das trocas simbólicas**. 8. ed. São Paulo: Perspectiva, 2015. 361p.
- BRAGA, José Luiz. Comunicação, disciplina indiciária. **Revista Matrizes**, São Paulo, ano 1, n. 2, p.73-88, 2008. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/viewFile/85/130>>. Acesso em: 13 mai. 2016
- CAMINO, Leôncio e TORRES, Ana Raquel. **Psicologia social: temas e teorias**. Brasília: Technopolitik, 2013. 790p.
- CAMPOS, Leonildo. **Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**. México: Grijalbo, 1990. 391p..
- _____. **Consumidores e Cidadãos**. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.266p
- CANEVACCI, Massimo. **Culturas extremas**: mutações juvenis nos corpos das metrópoles. Trad. Alba Olmi. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.200p.
- CAIXETA, R. P. *et al.* **Religião e comportamento de consumo de vestuário**. Revista Pretexto v.13 n.04. Belo Horizonte: Universidade Fumec, 2012 p 52-64. Disponível em <<http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/1048/pdf>>. Acesso em 18/12/2015.
- CASALECCHI, Gabriel Ávila. **Jovens na Metrópole: etnografias de circuitos de lazer, encontro e sociabilidade**.Cadernos de Campo, São Paulo, v. 18, n. 18, p. 319-322, mar. 2009. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/45746>>. Acesso em: 29/05/2018. doi:<http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9133.v18i18p319-322>.

CARREIRO, Gamaliel da Silva. **A desinstitucionalização do sagrado**: um estudo sobre o pentecostalismo celular do Distrito Federal. Brasília:DF, 2013. Originalmente apresentada como dissertação de Mestrado em Ciências Sociais, Universidade de Brasília 2013. 354p.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede – a era da informação, economia, sociedade e cultura. Vol. 1. Paz e terra: São Paulo, 2016. 698p.

CHIOCCOLA, Fabrizio. **Comunicação, consumo e ética: as telenovelas da Rede Globo e a construção da virtude moral evangélica**. São Paulo: ESPM, 115p

COELHO, Cláudio Novaes. **A cultura juvenil de consumo e as identidades sociais alternativas**. Revista Líbero, n. 02, ano 1, Rio de Janeiro. 2002. .p.27-32.

COSTA, Antônio Firmino. **Identidades culturais urbanas em época de globalização**. RCBS, vol.17, n.48 São Paulo. 2002 p.15-30

CUNHA, M. N. Tese - **Vinho novo em odres velhos**: um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil. 2004, 327 f. Tese(Doutorado em Ciências da Comunicação). – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo-SP, 2004. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27134/tde-29062007-153429/pt-br.php> .Acesso em: 16 dez. 2015.

DENZIN, Norman K., LINCOLN, Yvonna S. **The SAGE Handbook of Qualitative Research**. Thousand Oaks: Sage, 2005. 1210p.

DORNELES, Vanderlei. **Transe místico: o fator de aproximação entre culto primitivo, pós-modernismo e pentecostalismo**. 1a edição. Engenheiro Coelho: Unaspress, 2002.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Uma introdução aos estudos culturais**. Revista FAMECOS. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 1998 . n.9 p 87-97.

_____; JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005. 126p.

_____; PIRES, Mariana. **Dados para uma radiografia dos estudos brasileiros de recepção**. Revista Ícone, Recife, v. 1, n. 6, p. 123-138, 2003.

FEIXA, Carlos. **De jóvenes, bandas y tribus**. 3.ed. Barcelona: Ariel, 2006. 143p.

FERNANDES, Silvia Regina A; PITTA, Marcelo. **Mapeando as rotas do trabalho religioso no Brasil**. In: *Religião e Sociedade*. Rio de Janeiro, RJ 2006, v. 26. p.120-153.

FERREIRA, A. **Pirataria no meio evangélico: é pecado?** Disponível em <<http://www.ultimato.com.br/comunidade-conteudo/pirataria-no-meio-evangelico-e-pecado/2>>. Acesso em 10 nov. 2015.

FONTANELLA, Bruno José. B *et al.* **Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas** In: Cad. Saúde Pública v.27 no.2 Rio de Janeiro Feb. 2011 p.17-27.

FREDDI Jr, Sérgio. **Música cristã contemporânea: Renovação ou sobrevivência?** São Paulo: Editorial Press, 2002. 207p.

GIDDENS, Anthony . **As consequências da modernidade**. Trad. Raul Fiker. – São Paulo: Editora UNESP, 1991. 118p.

GLASER, Barney G.; STRAUSS, Anselm. *The discovery of grounded theory*. New York: Aldine Publishing, 1967.

GOMES, Itania Maria Mota. **Efeito e Recepção**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004. 258p.

GONÇALVES, Delmo. **Neopentecostalismo: nascimento, desenvolvimento e contemporaneidade**: uma análise da IURD e seus elementos ético-religiosos. São Paulo: Fonte Editorial, 2013 132p.

GOULART, Gabriela; FRANCISCO, Severino. **Adolescentes e Jovens do Brasil**: participação social e política. São Paulo: IBOPE/UNICEF, 2007.

GROPPO, Luís Antônio. **Juventude: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2000. 301p.

HALL, Stuart, CLARKE, John et al. *Subcultures, cultures and class: a theoretical overview in Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain*. London: Hutchinson, 1976. 289p.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva; Guaraciara Lopes Louro. 10o. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. 104p.

_____. **Da diáspora – identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Ed.UFMG. 2003. 454p.

_____. *Encoding and Decoding Television Discourse*. University of Birmingham: Birmingham, 1973. 22p.

HERVIEU-LÉGER, Daniele. **A transmissão religiosa na modernidade: elementos para a construção de um objeto de pesquisa**. In: *Estudos da Religião*. São Bernardo do Campo, S P: 2000, ano XIV, nr. 18. p. 39-54

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. 2925p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - **Censo demográfico 2010: Religião**, disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000009352506122012255229285110.pdf>. Acesso em 10/04/2016

JACKS, Nilda. **Da agulha ao chip: brevíssima revisão dos estudos de recepção**. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, p. 236-254, set./dez. 2015

JACKS, Nilda ; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2008 302p.

JEFFERSON, Tony (Org.). *Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain*. London: Harper Collins Academic, 1976. 252p.

JULIO, Karina Balan. **O que esperar do novo formato do Instagram (e como se adaptar a ele)**. Disponível em <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2018/06/26/o-que-esperar-do-novo-formato-do-instagram-e-como-se-adaptar-a-ele.html>>. Acesso em 03/07/2018.

JUNGBLUT, Airton Luiz. **A salvação pelo rock**: sobre a cena *underground* do jovem evangélico no Brasil. Revista Religião e Sociedade v.27 . São Paulo: USP, 2007. 34p.

LAKATOS, E. M. e MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. - 5. ed. - São Paulo : Atlas, 2005. 320p.

LONGO, W. TAVARES, J. L. **O marketing na era do nexo**: novos caminhos num mundo de múltiplas opções. Rio de Janeiro: BestSeller, 2009.472p.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Estratégia metodológicas da pesquisa de recepção**. INTERCOM - Revista Brasileira de Comunicação. São Paulo, Vol, XVI:. n. 2. USP, 1993. P.78-86.

_____. **Exploração metodológica num estudo de recepção de telenovela**. São Paulo: USP, 1996. 10p.

_____. ; MOURA, Cláudia Peixoto de.(org). **Pesquisa em Comunicação: metodologia e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDPUCRS-Editora Universitária da PUCRS, 2016. 326p.

LOUREIRO, Karen *et al.* **Religião Para as Massas: a música religiosa como produto da indústria cultural** in XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ 15p.

MACEDO, Julio Cesar Silva. **Comportamento de consumo dos jovens evangélicos no segmento da música: um estudo no interior do Estado do Rio de Janeiro**. Dissertação apresentada ao Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Departamento de Ciências Administrativas e Contábeis, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2006. 66

McGRATH, Alister. **Intellectuals Don't Need God & other modern myths**. Grand Rapids: Zondervan Publishing House, 1992, p.48.

MARGULIS, M. e URRESTI, M. **La construcción social de la condición de la juventud**. In: CUBIDES, H. J., TOSCANO, M. C. L., VALDERRAMA, C. E. H. (orgs.). **Viviendo a toda – Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades**. Série Encuentros, Fundación Universidad Central, Santafé de Bogotá, Paidós, 2000. 327p.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais - Sociologia do Novo Pentecostalismo no Brasil - Col. Estudos Brasileiros**. 2 ed. São Paulo: Loyola, 1999. 248p

_____. **Os neopentecostais e a Teologia da Prosperidade**. Revista Novos Estudos: São Paulo : CEBRAP n. 44, 1996 24-44p

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meio às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**.

Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. 7ª ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2015. 178p.

MARTINOFF, Eliane Hilario da Silva. **A música evangélica na atualidade: algumas reflexões sobre a relação entre religião, mídia e sociedade.** Revista da ABEM, Porto Alegre, V. 23, mar. 2010 p.67-74.

MESQUITA, Wania Amélia Belchior. **Um pé no reino e outro no mundo: consume e lazer entre pentecostais** .Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28, jul./dez. 2007. p. 117-144

MIRANDA, Daniel L. G. **O Conceito de fé em João Calvino: Uma Perspectiva Particular de um Conceito Universal**, 2012. Disponível em:
<http://www.monergismo.com/textos/jcalvino/Calvino-conceito-fe_Daniel-Leite.pdf>.
Acesso em: abril de 2018.

NOVAES, Regina. **Juventude, religião e espaço público: exemplos “bons pra pensar” tempos e sinais.** Religião e sociedade. Rio de Janeiro, 2012. P.184-208.

PAIS, José Machado. **Buscas de si: expressividade e identidades juvenis.** In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGÊNIO, Fernanda (orgs.). *Culturas jovens: novos mapas de afeto.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006. 242p.

PATRIOTA, Karla Bronsztein e ALVES, Maria Lúcia Bastos. **Mega-Eventos e Espetáculos Religiosos: Novas Singularidades Na Sociedade de Consumo** in Rev. Interamericana de Comunicação Midiática. Santa Maria,RS, v13 n26 2014 20p.

_____. **“Sociedade do Espetáculo, Mídia e Religião: Relação social mediatizada por imagens”.** In: Anais do XXX Intercom, 2007.

PENTEADO, José Roberto. W. *et al.* **Comunicação, mídia e consumo:** comunicação e memórias do consumo. Ano 8, v. 8, n. 23. São Paulo: ESPM, 2011. 398p.

PIMENTA, Melissa de Mattos. **“Ser jovem” e “ser adulto”:** identidades, representações e trajetórias. Tese apresentada à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP. São Paulo: USP, 2007. 464p

PINHEIRO, Márcia L.; PIMENTEL, Paula C. **Ruas, praças e praias: música e identidade na sociedade contemporânea.** Trabalho apresentado na IX Reunião de Antropologia do Mercosul, 2011 disponível em:
http://www.sistemasmart.com.br/ram/arquivos/ram_GT36_Marcia_Leitao_Pinheiro.pdf. 27p.

PINHEIRO, Márcia L. **Notas sobre diversidade sonora e identidade.** Universidade Federal Fluminense:2013, disponível em
http://www.abant.org.br/conteudo/ANAIS/CD_Virtual_28_RBA/programacao/grupos_trabalho/artigos/gt68/Marcia%20Leitao%20Pinheiro.pdf 18p.

REGUILLO, Rossana. **Las culturas juveniles; um campo de estudio; breve agenda para la discusión.** Revista Brasileira de Educação, nº. 23, 2003. P. 113-118.

RIVERA, Dário. Paulo Barreira. **Desencantamento e reencantamento: sociologia da pregação Protestante na América Latina.** In: *Estudos de Religião.* SBC: UMESP, 2002, nr.

23, p. 56-82.

ROCHA, Everaldo. **Coisas estranhas, coisas banais: notas para uma reflexão sobre o consumo.** In: Comunicação, consumo e espaço urbano; novas sensibilidades nas culturas jovens. ROCHA, Everaldo Rocha... *et al.*, (orgs.). Rio de Janeiro: PUC-Rio/Mauad Ed., 2006. 208p.

RODOVALHO, Robson. **Arena Jovem.** Disponível em <<http://saranossaterra.com.br/arena-jovem/>>. Acesso em 16/05/2016.

_____. **Arena Jovem.** Disponível em <<http://arenajovem.com.br>>. Acesso em 17/05/2016.

_____. **As leis fundamentais para o crescimento na vida.** Brasília: Sara Brasil Edições, 2013. 174p.

ROUANET, Sérgio Paulo. *As razões do Iluminismo.* São Paulo: Cia das Letras, 1987.

SILVA JR, Nilson da. **Uma análise do neopentecostalismo a partir da ética protestante e o espírito do capitalismo.** Revista de Teologia & Cultura, São Paulo, Ed. Paulinas, ano 8, n. 40, out/dez. 2012. p. 4-21

SILVEIRA, Marcelo. **O Discurso da Teologia da Prosperidade em Igrejas Evangélicas Pentecostais. Estudo da Retórica e da Argumentação no culto religioso.** Tese apresentada à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP. São Paulo: USP, 2007. 410p.

THIRY-CHERQUES, Hermano R. **Saturação em pesquisa qualitativa: estimativa empírica de dimensionamento.** In Revista PMKT Nº 3. São Paulo: PMKT, 2009 p 20-27.

TURKLE, Sherry. *Alone together: why we expect more from technology and less from each other.* New York: Basic Books, 2012. 360p.

VIDAL, Natália; LO BIANCO, Anna Carolina. **Novas expressões da religiosidade: o que elas dizem sobre o sujeito em sociedade hoje.** Ágora (Rio de Janeiro) v. XVII n. 2 jul/dez 2014 p.177-186

WEBER, Max. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo.** Tradução de MACEDO, José Marcos Mariano São Paulo: Cia das Letras, 2014. 288p.

APÊNDICE

PERFIS DOS ENTREVISTADOS:

JOVEM 1 – Estudante de farmácia, 18 anos. Mora em imóvel próprio desde que nasceu, com os responsáveis, num total de 6 pessoas na casa, situada no Bairro José Conrado Araújo. Trabalha como autônoma. Conheceu a Sara Nossa Terra por meio de seus tios que são pastores e apresentaram à sara em 2010. Os irmãos também frequentam a Sara, os pais e responsáveis são cristãos e o avô (responsável) é católico/espírita. Dedicar os finais de semana aos eventos da igreja, desde a sexta à noite até o domingo (Discipulado, IV, Células, etc.). Costuma partilhar as suas decisões com amigos e com a família antes de tomá-las e antes de comprar alguma coisa busca as opiniões de seus pais, dos líderes (pastores) e dos avós (responsáveis). Vai ao supermercado mensalmente com a família. Costuma fazer compras no centro da cidade e na loja que possui. Se desloca pela cidade no carro da família ou de transporte coletivo. Ouve música todos os dias, acompanha as novidades musicais em primeiro lugar através das redes sociais e depois através da Igreja. Os ritmos que a definem são: rock, MPB, reggae, romântica, eletrônica e pagode, que ouve sempre em ritmo Gospel: “Qualquer ritmo em Gospel”. Em geral ouve música através do celular e prefere música nacional, não ouvindo música internacional, diz “ser raro”, em especial das bandas: Isadora Pompeo, Gabriela Rocha, “Ministério Morada”, Adolescentes, Alessandro Vilas Boas e “Som e Louvor”. Não cita nenhuma plataforma digital específica para ouvir música, mas diz “só o YouTube para ouvir música”. Acessa as redes sociais por meio do celular, em geral, em casa. Compartilha conteúdo musical pelo Instagram. Cita o cantor Gospel de Sergipe Peterson do Carmo e Daniel Mafort (Verbalize).

JOVEM 2– Trabalha em tempo integral, não estuda, 22 anos, reside com o pai e a mãe (3 pessoas na casa), em imóvel alugado na Aruana. Reside no mesmo local há 2 anos. Costuma ler a Bíblia todo dia, ao menos uma vez e utiliza a versão impressa. Vai a Igreja 3 vezes por semana, acompanhada pelos irmãos. Se converteu ainda criança e afirma: “Minha decisão de amar Jesus e ver como era bom com a minha família”. Ouvir música representa: benção/oração/ligação com deus; tranquilidade/paz; felicidade; distração/lazer. Conheceu a Sara Nossa terra através da sua líder, Laiane. A sua família também frequenta a Sara. Nos finais de semana se dedica à Igreja (Célula, ensaio, Arena Jovem). Costuma partilhar as suas decisões, inclusive de compras, com os pais. Costuma fazer compras no centro, no bairro e no shopping Riomar. Se desloca pela cidade através de transporte coletivo. Ouve música todo dia, quando está limpando a casa. Acessa novidades musicais através de programas de rádio e de TV, redes sociais, família, amigos e Igreja. Menciona ainda a Internet e o YouTube. O tipo de

música de que mais gosta é Gospel, nos ritmos: rock, MPB, rap, reggae, eletrônica, arrocha e reggaetone. Utiliza o celular para ouvir música. Cita Fernandinho, Isadora Pompeo, Hillsong e “Som e Louvor”. Consome música Internacional através da banda Hillsong. Menciona as redes sociais Gettube, Google Play e YouTube para ouvir música, em geral através do celular ou do computador em casa. Costuma compartilhar o que ouve perlo Facebook, Instagram e WhatsApp. Lê a Bíblia todos os dias nas versões impressa e digital para smartphone. Frequenta a Arena Jovem até 3 vezes por semana, em geral acompanhada dos pais e irmãos. Sempre foi evangélica e ouvir música, para ela, representa tranquilidade e paz. Afirma “não ter dinheiro” para pagar redes sociais. Cita o cantor Gospel de Sergipe Peterson do Carmo.

JOVEM 3 – Faz pedagogia, tem 29 anos, mora com a irmã e três sobrinhas em imóvel próprio há 5 anos, na Aruana. Trabalha em tempo integral e conheceu a Arena Jovem através da “sua Pastora”. Os integrantes de sua família não são cristãos. Trabalha na Arena Jovem, na Célula e passa os finais de semana com os irmãos em Cristo Jesus. Não consulta a família antes de tomar decisões e nem antes de fazer compras. A jovem não vai a supermercados. Faz compras no Shopping Jardins. Usa transporte coletivo e ouve música no ônibus, quando está indo para o trabalho e em casa, pelo menos 3 vezes por semana, por meio do celular. As vezes ouve música pelo aparelho de som da Igreja. Acessa as novidades musicais pelas redes sociais. Afirma que gosta de MPB e Pagode, mas só em ritmo Gospel. Cita Gabriela Rocha, “Preto no Branco”, “Ministério Zoe”. A jovem diz: “não gosto de música internacional”, perguntada se não gostava nem de música Gospel internacional diz “não, eu não entendo nada de inglês”; perguntada se não gostava de músicas em espanhol afirma “não, nenhuma”. Utiliza a plataforma Google Play. Cita o YouTube como rede social para ouvir música. Afirma “não ter dinheiro” para pagar redes sociais, tal como a Spotify, para ouvir música. O celular no carro e no ônibus é a principal forma de acesso a plataformas digitais. Não costuma compartilhar o que ouve através das redes sociais. Lê a Bíblia todo dia, ao menos uma vez, na versão impressa. Vai a Igreja até 3 vezes por semana, quase sempre sozinha. Nem sempre foi evangélica. Cita os cantores Gospel de Sergipe Peterson do Carmo e Fernandinho.

JOVEM 4 – Estudante de Direito, 20 anos, mora com os pais (4 pessoas na casa) em imóvel próprio, adquirido há dez anos. Além de estudante trabalha em tempo integral. Conheceu a Sara Nossa terra através de amigos. A família também frequente a Sara. Os sábados trabalha para a Arena e aos domingos estuda e descansa. Partilha as decisões com a família, inclusive de compra. Costuma ir ao supermercado com a família: pais e irmão. Costuma fazer compras no

centro da cidade e usa o carro da família, transporte coletivo e taxi/Uber. Escuta música “todas as manhãs antes de trabalhar” e em nenhum outro horário. Busca novidades musicais com amigos, Igreja, redes sociais, programas de rádio, família e programas de TV. Escuta música cristã, nos ritmos rap, reggae e rock. Ouve principalmente no celular, no carro e em MP3/MP4. Cita “Ministério Morada”, Rodolfo Abrantes, Priscilla Alcântara e Alessandro Vilas Boas. Utiliza o YouTube a Spotify para ouvir música e paga a Spotify. Quando acessa alguma plataforma digital o faz ou do computador de casa ou do computador do trabalho. Compartilha o que está ouvindo pelo Facebook. Lê a Bíblia todo dia na versão impressa. Frequenta a Arena Jovem, até 3 vezes por semana. Em geral vai à Igreja acompanhado do irmão. Se converteu há menos de 5 anos e acha que isso “mudou o seu ser”. Cita os cantores Gospel de Sergipe Peterson do Carmo, Daniel Mafort e Fernandinho. Ouvir música representa: benção/oração/ligação com deus; tranquilidade/paz; felicidade; distração/lazer.

JOVEM 5 – Não estuda, possui 33 anos, mora com os pais, em uma residência alugada na Jabotiana, com outras 5 pessoas, há 1 ano. Não trabalha e conheceu a Sara Nossa terra através da irmã: “Quando entrei já me identifiquei com o Arena”. A família é cristã, os pais frequentam a Igreja Batista e ela e a irmã a Sara. Passa os fins de semana dedicada à Igreja: Sábados - ensaio para a célula e Arena Jovem. Domingo - Instituto de Vencedores e Culto da família. Partilha as decisões com o esposo e em geral é ela quem toma as decisões de compra. Vai semanalmente ao supermercado com o esposo. Compra em geral no Shopping Jardins. Se locomove através do carro da família e de carro próprio. Escuta música “todas as horas, todos os momentos” pois “como sou dona de casa fico com o celular ligado o dia todo”. Acha as novidades pelas redes sociais, em especial pelo YouTube. Gospel o tipo de música de que mais gosta, nos ritmos MPB, Pagode, Arrocha, Reggaetone. Ouve música no carro, no celular e no aparelho de som da Igreja. Entre os cantores nacionais cita Paulo César Baruk, Laura Souguellis e abanda “Arena Louvor”. Entre os internacionais estão Hillsong, Thursday, Amy Grant e Michael W. Smith. Só utiliza o YouTube para ouvir música. Usa o celular e o computador/notebook de casa para acessar as plataformas digitais. Não costuma compartilhar o que está ouvindo. Lê a Bíblia todos os dias na versão impressa e na versão digital no computador. Vai a Igreja até 3 vezes por semana acompanhada pelo esposo. A família é evangélica e sobre a conversão ela diz: “Eu nasci na Igreja Batista”. Ouvir música representa: benção/oração/ligação com deus; tranquilidade/paz; felicidade; distração/lazer. Cita os cantores Gospel de Sergipe Peterson do Carmo e Fernandinho.

JOVEM 6 – Estudante de ensino médio, 16 anos, mora com o pais (4 pessoas) em um imóvel próprio, na Aruana, há 10 anos. Conheceu a Sara Nossa terra através de amigos. A família é cristã, mas não frequenta a Sara. Às vezes compartilha as decisões, não partilha as decisões de compra, vai ao supermercado com a família todo mês. Usa transporte coletivo, o carro da família, Taxi e Uber para se locomover. Compra em lojas do centro, do bairro e no Shopping jardins. Escuta música todo dia de manhã quando está indo para a escola e nos intervalos da escola. Busca novidades musicais através de amigos, redes sociais, programas de TV, Igreja, família e programas de rádio. Gosta de rock, MPB, reggae, romântica, eletrônica e rap e de outros ritmos, mas todos Gospel. Priscila Entre cantores e bandas nacionais cita Priscilla Alcântara, Fernandinho, Bruna Karla, Isadora Pompeo, Alessandro Vilas Boas, Thalles, 4life, Luma Elpídeo e “Ministério Morada”. Internacional cita Hillsong. Utiliza o YouTube, iTunes/Apple Music e a Spotify mas esta “só na primeira semana que é de graça”. Usa principalmente o celular para ouvir música, em casa, no carro/ônibus e no Trabalho/escola e o computador/notebook de casa. Não compartilha músicas nas redes sociais, embora utilize Facebook, Snapchat, Instagram, Twitter e WhatsApp. Lê a Bíblia todo dia, nas versões impressa e digital. Frequenta apenas a arena Jovem, até 3 vezes por semana. Em geral vai sozinho para a Igreja. A família é evangélica. A conversão se deu pela “Aliança de Deus. O espírito Santo”. Cita os cantores Gospel de Sergipe Peterson do Carmo e Fernandinho.

JOVEM 7– Estudante, 16 anos, reside com seus pais (4 pessoas moram na casa) em imóvel próprio no Marcos Freire há 3 anos. Conheceu a Sara Nossa Terra através do Pastor Everton e de Iara, entre 2013 e 2015. A família também frequenta a Sara. No final de semana estuda violão (sábado), Arena Jovem (sábado), Culto (domingo à noite). Domingo durante o dia fica em casa com a família ou sai. A jovem afirma que em sua casa o diálogo é prioridade e por isso mesmo partilha as decisões com a família. Quanto as compras as vezes partilha com os pais, as vezes com as amigas e as vezes não partilha. Vai ao supermercado toda quarta feira com a família. Faz compras nas lojas do centro. Se locomove com o carro da família. Ouve música todo dia. Acessa as novidades musicais pelas redes sociais. Gosta de rock, reggae, eletrônica e pop. Escuta música “de manhã e de noite”. Gosta de “rock, pop e um pouco de reggae”. Perguntada se só gostava desses ritmos em Gospel respondeu “na variação Gospel”, mas depois, após perguntada novamente, disse que não [não era só gospel], que gostava de “algumas seculares também”. Cita no âmbito Gospel “Ministério Morada”, Alessandro Vilas Boas, Israel Subirá e no não Gospel, Justin Timberlake, Justin Bieber, Selena Gomez e Demi Lovato. Usa a Spotify e o YouTube para ouvir música (seu perfil é @esterrayanne). Usa o celular em casa para ouvir

música na maioria das vezes. Compartilha o que está ouvindo pelo Instagram e pelo WhatsApp. Lê a Bíblia todo dia, pelo menos uma vez, na versão impressa. Vai a Igreja com o pai e com a mãe, até 3 vezes por semana. A família é evangélica: “Nasci em berço cristão”. Ao ouvir música sente: benção/oração/ligação com deus; tranquilidade/paz; felicidade. Cita os cantores sergipanos de Gospel Fernandinho e Stefany Gois.

JOVEM 8 – Cursa o ensino médio, tem 18 anos, vive com os pais em imóvel próprio, na Aruana, no mesmo local há 12 anos. Quatro pessoas habitam na mesma casa. Conheceu a Sara Nossa Terra por meio de amigos. Os pais e a irmã são espíritas. No final de semana se dedica à Igreja: Arena Jovem e célula (sábado) e Culto de Família (domingo). Toma decisões com a família e faz as compras sempre consultando os pais. Costuma ir ao supermercado com a família. Faz compras nos shoppings Jardins e Riomar. Se desloca pela cidade através de transporte coletivo. Ouve música todo dia, nos intervalos da escola e quando está em casa. Em geral, recebe novidades musicais através das redes sociais. Seus ritmos são o rock, o rap e reggae, eletrônica e pagode em ritmo gospel. Gosta de Gospel: Alessandro Vilas Boas, “Ministério Morada”, Fernandinho, Laura Souguellis, Rodolfo Abrantes, “Arena Louvor”. No âmbito internacional ouve Hillsong, Skilite, todos Gospel, ressalta. Usa a Spotify e o YouTube para ouvir música. Acessa através do celular, no carro/ônibus e no trabalho/casa/escola/universidade. Compartilha o que ouve através do Facebook, do Instagram e do WhatsApp. Cita os cantores Gospel de Sergipe Peterson do Carmo e Daniel Mafort. Lê a Bíblia até 3 vezes por semana, na versão digital para Smartphone. Vai a Igreja até 3 vezes por semana, acompanhado por amigos e pelo irmão. Se converteu há menos de 5 anos e, sobre o motivo da conversão afirma: “O amor de Deus me convenceu”. Ao ouvir música sente: benção/oração/ligação com deus; tranquilidade/paz; felicidade; distração/lazer.

MODELO DO ROTEIRO DE ENTREVISTAS

IDENTIFICAÇÃO: _____

INICIAIS: _____

LEGENDA:

IDENTIDADE

REPRESENTAÇÃO

CONSUMO

1 – Idade, orientação sexual?

2 – Ainda estuda? O quê?

3 – Mora só ou com os pais? Quantas pessoas há na sua casa?

4 – Imóvel próprio ou alugado? Há quanto tempo residem neste local?

5 – Trabalha? Tempo integral ou apenas um turno?

6 – Como conheceu a Sara Nossa Terra? E a Arena Jovem?

7 – Sua família também frequenta a Sara? Seus irmãos, a Arena Jovem?

8 – O que costuma fazer aos finais de semana? Descreva, por favor, um sábado e um domingo comuns na sua rotina.

9 – Ouve música com que frequência?

- a) Todo dia
- b) Até 3 vezes por semana
- c) Somente aos finais de semana
- d) Somente na igreja
- e) Não costumo ouvir música/ não gosto

10 – Onde/ que ferramenta costuma utilizar com maior frequência pra ouvir música?

- a) No carro
- b) No celular
- c) Aparelho de som/em casa
- d) Mp3/Mp4 player
- e) Aparelho de som/igreja

11 – Costuma ouvir música apenas nacional?

- a) sim
- b) não

12 – cite até 5(cinco) bandas/cantores de sua preferência:

13 – Costuma ouvir música internacional(em qualquer outra língua que não seja o Português)?

- a) sim
- b) não

14 – Cite até 5(cinco) bandas/cantores de sua preferência:

15 – Usa alguma das plataformas digitais abaixo?

- a) Spotify/ Pandora? ()sim () não
- b) iTunes/ Apple Music
- c) Google Play
- d) YouTube
- e) Deezer
- f) Shazam
- g) Tidal
- h) Outras

Adicione aqui o seu perfil:

16 – Quando acessa alguma plataforma digital, costuma usar com maior frequência:

- a) Celular, no carro/ônibus
- b) Celular, no trabalho/escola/universidade
- c) Celular, em casa
- d) Computador/notebook em casa
- e) Computador/notebook no trabalho

17 – Costuma compartilhar em redes sociais digitais o que está ouvindo? Qual?

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Twitter
- d) Snapchat
- e) What's APP
- f) Outras
- g) Não costumo fazer isso

18 – Com que frequência lê a Bíblia e/ou textos religiosos?

- a) Todo dia, ao menos 1 vez
- b) Uma vez por semana
- c) Até 3 vezes por semana
- d) Apenas na Arena Jovem e/ou igreja
- e) Não leio

19 – Caso leia, costuma usar:

- a) Versão impressa
- b) Versão digital em smartphone
- c) Versão digital em tablete
- d) Versão digital em computador
- e) Outras

20 – Com que frequência vai à igreja?

- a) frequento apenas a Arena Jovem
- b) até 3 vezes por semana
- c) não costumo ir com tanta frequência

21 – Quem lhe acompanha quando você vai à igreja/ Arena Jovem?

- a) esposa/marido, namorado(a)
- b) pai/mãe
- c) irmãos
- d) amigos
- e) geralmente vou sozinho

22 – Você sempre foi cristão evangélico?

- a) Sim, minha família é evangélica também
- b) Não, me converti há menos de 5 anos
- c) Não, me converti há mais de 5 anos
- d) Não, me converti ainda criança/adolescente por influência da família/amigos

23 – Caso tenha respondido NÃO na questão anterior(b, c ou d), qual igreja frequentava antes? O que você acha que provocou a conversão?

24 – Coloque em ordem de importância quais sentimentos acha que estão ligados ao ato de ouvir música:

-) felicidade
-) tranquilidade/paz
-) benção/oração/ ligação com Deus
-) distração/lazer
-) não penso no que sinto

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar do estudo **DÓ-RÉ-MI-FÉ: o consumo de música entre os jovens da Igreja Sara Nossa Terra** e que tem como objetivo Elucidar o grau de interferência do ambiente religioso no discernimento dos indivíduos seguidores da Igreja Sara Nossa Terra, com idade entre 18 e 29 anos, ainda que estes não percebam e pensem estar agindo por conta própria, entendendo a religião como uma dos principais grupos de referência e de conduta. Acreditamos que ela seja importante porque há um aumento significativo dos seguidores das religiões de caráter evangélico, o que implica no interesse por conhecer melhor seus hábitos e costumes.

PARTICIPAÇÃO NO ESTUDO

A minha participação no referido estudo será responder ao questionário mediado pelo entrevistador/pesquisador.

SIGILO E PRIVACIDADE

Estou ciente de que minha privacidade será respeitada, ou seja, meu nome ou qualquer outro dado ou elemento que possa, de qualquer forma, me identificar, será mantido em sigilo. Os pesquisadores se responsabilizam pela guarda e confidencialidade dos dados, bem como a não exposição dos dados de pesquisa.

AUTONOMIA

É assegurada a assistência durante toda pesquisa, bem como me é garantido o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências, enfim, tudo o que eu queira saber antes, durante e depois da minha participação. Também fui informado de que posso me recusar a participar do estudo, ou retirar meu consentimento a qualquer momento, sem precisar justificar, e de, por desejar sair da pesquisa, não sofrerei qualquer prejuízo à assistência que venho recebendo.

RESSARCIMENTO E INDENIZAÇÃO

No entanto, caso eu tenha qualquer despesa decorrente da participação na pesquisa, tais como transporte, alimentação entre outros, não haverá ressarcimento dos valores gastos. De igual maneira, caso ocorra algum dano decorrente da minha participação no estudo, serei devidamente indenizado, conforme determina a lei.

CONTATO

O pesquisador envolvido com o referido projeto é FÁBIO VIVAS DE SOUZA BARRETO, mestrando do PPGCOM/UFS, Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Sergipe – Mestrado em Comunicação Social e com eles poderei manter contato pelos telefones 79 911872 6291 ou 3301 6600

DECLARAÇÃO

Declaro que li e entendi todas as informações presentes neste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e tive a oportunidade de discutir as informações deste termo. Todas as minhas perguntas foram respondidas e eu estou satisfeito com as respostas. Entendo que receberei uma via assinada e datada deste documento e que outra via assinada e datada será arquivada pelo pesquisador responsável do estudo.

Enfim, tendo sido orientado quanto ao teor de todo o aqui mencionado e compreendido a natureza e o objetivo do já referido estudo, manifesto meu livre consentimento em participar, estando totalmente ciente de que não há nenhum valor econômico, a receber ou a pagar, por minha participação.

Dados do participante da pesquisa	
Nome:	
Telefone:	
e-mail:	

Local, ____ de ____ de ____.

Assinatura do participante da pesquisa

Assinatura do Pesquisador

USO DE IMAGEM

Autorizo a captura e possível uso de minha imagem e voz para fins da pesquisa, sendo seu uso restrito a foto, áudio ou filme caseiro.

Assinatura do participante da pesquisa

Assinatura do Pesquisador